



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI ARYADUTA HOTEL MANADO

Jelly Netty Sendow¹, Rosilawati Karim²

^{1,2} Program Studi D4 Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Manado

Email : pariwisatap02@gmail.com

ARTICLE INFO ABSTRACT

Keywords:

Service
Quality,
Price,
Customer
Loyalty

Kata Kunci:

Kualitas
Layanan,
Harga,
Loyalitas
Pelanggan

This research aims to find out how service quality and price influence customer loyalty at Aryaduta Hotel Manado. The research method used in this research is the Quantitative Method, with Multiple Linear Regression data analysis techniques. The population in this research is hotel customers, with a sample of 30 customers at Aryaduta Hotel Manado. The results of this research prove that Service Quality and Facilities have a positive and significant effect on Customer Loyalty with a regression coefficient value of 17.844 and a significance of 0.003. This shows that the higher the Employee Service Quality, the higher the Customer Loyalty. Price has a significant positive effect on Customer Loyalty with a regression coefficient value of -2.854 and a significance of 0.000. This shows that the better the price offered at the hotel, the more customer loyalty will increase. Service Quality and Price have a significant influence on Customer Loyalty with a calculated F value of 238.073 and a significance of 0.000. This shows that the better the quality of service and price, the more customer loyalty will increase. The conclusion of this research is that service quality and price have a significant influence on customer loyalty at Aryaduta Hotel Manado. The advice given is that Aryaduta Hotel Manado must provide good service in accordance with applicable Standard Operating Procedures and provide prices offered according to what is promoted to increase customer loyalty visiting Aryaduta Hotel Manado.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado. Metode penelitian ini yang digunakan adalah Metode Kuantitatif, dengan teknik analisis data Regresi Linear Berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Hotel, dengan sampel sebanyak 30 orang pelanggan di Aryaduta Hotel Manado. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 17,844 dan signifikansi sebesar 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan Karyawan, maka akan semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar -2,854 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan di hotel, maka

semakin meningkat pula Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan dan Harga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 238,073 dan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan dan Harga, maka akan semakin meningkat pula Loyalitas Pelanggan. Kesimpulan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Harga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado. Saran yang diberikan adalah Aryaduta Hotel Manado harus memberikan Pelayanan yang baik sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang berlaku dan Memberikan harga yang ditawarkan sesuai apa yang dipromosikan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan yang berkunjung di Aryaduta Hotel Manado.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintahan, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia, baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau di negara lain dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan masyarakat agar dapat diwujudkan keinginan wisatawan. Aryaduta Hotel Manado adalah salah satu hotel berbintang empat yang beralamat di Jln. Pierre Tendean No.22 Boulevard Manado, Provinsi Sulawesi Utara yang memiliki fasilitas 207 kamar, *Restaurant Lounge Bar, Function Room, Laundry & Dry Cleaning Service, Swimming Pool, Fitness Center*. Aryaduta Hotel Manado selalu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan tamu mulai dari keramahtamahan dan ditunjang dengan keterampilan (*skill*) karyawan dalam memberikan layanan kepada tamu, kemudian suasana yang sangat berbeda diciptakan ketika menginap di sebuah hotel yang mana para karyawan selalu menyapa, senyum, sopan dan santun dalam melayani serta fasilitas-fasilitas hotelnya yang bisa

digunakan atau dimanfaatkan oleh para tamu, ini semua bertujuan agar semakin membuat para tamu sangat nyaman ketika menginap di hotel. Saat ini pertimbangan tamu dalam menentukan pilihannya untuk menginap di sebuah hotel dari layanan yang berkualitas diberikan oleh *staff* atau karyawan tersebut, kemudian juga fasilitas hotel yang bisa digunakan dan dinikmati oleh tamu yang mempermudah segala kebutuhan tamu tersebut. Jadi persepsi yang dibuat oleh tamu terhadap pelayanan yang berkualitas melingkupi kesan yang berkaitan dengan bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan empati, yang di ukur melalui instrumen *Servqual*.

Berdasarkan pengamatan peneliti selama *On The Job Training* di Aryaduta Hotel Manado peneliti mendapati yaitu, tidak sesuai antara harga yang ditetapkan dengan kualitas yang ditawarkan di Aryaduta Hotel Manado, kurangnya kepuasan produk dan jasa pendukung di Aryaduta Hotel Manado, Ketidaksesuaian harga dengan tingkat loyalitas pelanggan terhadap pelayanan yang di terima di Aryaduta Hotel Manado., kurangnya kerjasama kelompok antara sesama karyawan *Food and Beverage Service* di Aryaduta Hotel Manado,

kurangnya komunikasi antara sesama karyawan di Aryaduta Hotel Manado,.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado”

KAJIAN TEORETIK

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan kunjungan wisata atau rekreasi. Dalam hal ini pariwisata bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Menurut Nurdin Hidayah (2019) Pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali/berkeliling, baik secara terencana maupun tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya. Kemudian menurut Wahab dalam Munisari (2018) Pariwisata merupakan aktivitas manusia yang dikerjakan secara sadar, yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang di dalam suatu negara itu sendiri atau pun di luar negeri untuk mendapatkan kepuasan yang beraneka ragam.

Hotel

Hotel merupakan bangunan yang dikelola secara komersial untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum. Hotel juga memiliki beberapa atau banyak kamar dan fasilitas untuk tamu yang datang menginap dihotel. *American Hotel and Motel Associations* (AHMA) dalam jurnal Soewarno, Hudiyani & Sugiarti (2021) hotel didefinisikan sebagai tempat yang menyediakan akomodasi, makanan dan minuman dan layanan lainnya, untuk

disewakan kepada orang-orang serta tamu yang ingin tinggal sementara waktu. Selanjutnya menurut Smaradhana dan Lutfie dalam jurnal Nur & Fadili (2021) Hotel merupakan perusahaan yang berfokus pada industri jasa serta memiliki konsep menggabungkan suatu produk dengan layanan.

Pengaruh

Pengaruh adalah faktor yang muncul dari suatu benda atau orang yang dapat mengubah, membentuk kepercayaan atau perubahan terhadap ketidak sengajaan pada makhluk hidup dan lingkungan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015) pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Sedangkan Menurut Yosin (2012) pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan layanan yang terkait dalam memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, sesuai dengan ketepatan waktu tanpa ada kesalahan dalam pelayanan tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam jurnal (Widyaningrum, 2020) Kualitas Pelayanan merupakan tolak ukur yang digunakan untuk melihat sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan dapat tercapai sesuai dengan harapan pelanggan. Selanjutnya menurut (Dedy & Alfiandi, 2022) Kualitas Pelayanan merupakan cara melayani, menyiapkan, mengelola, dan melengkapi segala kebutuhan pelanggan secara individu atau kelompok untuk

memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Harga

Harga merupakan sebuah perhitungan keuangan yang ditentukan oleh produsen mengenai laba agar barang yang diproduksi bisa sesuai yang diharapkan produsen. Menurut Fandy Tjiptono (2016) Menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Selanjutnya menurut Kloter & Armstrong (2016) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa sehingga pelanggan tidak hanya membeli sekali tetapi pelanggan membeli terus menerus dan merekomendasikan kepada orang lain. Menurut Yesi Triyuliantika Amelia dan Koko Safitri (2021) Loyalitas merupakan prinsip dari pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa yang pernah digunakan dikemudian hari walaupun telah terdapat perubahan kondisi. Perkembangan dan persaingan bisnis dari perusahaan pesaing tidak merubah keputusan dari pelanggan. Sedangkan menurut Maya et al. (2020) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan tertentu di masa depan bahkan jika keadaan dan pemasaran saingan upaya berpotensi membuat pelanggan beralih ke perusahaan lain.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah **deskriptif kuantitatif** untuk menganalisis

pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu Aryaduta Hotel Manado, dengan sampel sebanyak 30 responden yang diambil menggunakan metode **purposive sampling**. Kriteria responden meliputi pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner dengan baik.

Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel:

Kualitas Pelayanan (X1): Variabel independen, diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL: *tangible*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness* (Parasuraman, 2012).

Harga (X2): Variabel independen, diukur melalui indikator kesesuaian harga, daftar harga, potongan harga, dan persepsi harga (Kotler, 2018).

Loyalitas Pelanggan (Y): Variabel dependen, diukur melalui enam indikator seperti *repeat order*, rekomendasi pelanggan, dan preferensi merek (Tjiptono, 2002).

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer: Dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert (1–5) dan observasi langsung di lokasi penelitian.

Data Sekunder: Diperoleh dari literatur terkait seperti buku, jurnal, dan publikasi yang relevan.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan program **IBM SPSS 26** dengan tahapan:

Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk menguji kesahihan dan konsistensi kuesioner.

Uji Asumsi Klasik: Termasuk uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan

harga terhadap loyalitas pelanggan. Model regresi yang digunakan adalah:
$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Uji Ketetapan Model: Meliputi koefisien determinasi (R^2), uji T, dan uji F.

Analisis Korelasi: Untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian terlihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Lebih rinci hasil pengaruh ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil Uji t pada model regresi diperoleh Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan nilai t hitung sebesar $17,844 > t$ tabel 2,052, apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka secara statistik menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Aryaduta Hotel Manado. Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas Pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas dalam kualitas pelayanan maka pelanggan akan datang kembali ke Aryaduta Hotel Manado dan pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga mereka akan berkunjung ke Aryaduta Hotel Manado. Dengan menciptakan sikap yang ramah dan bersahabat dapat membantu memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan

secara keseluruhan. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil Uji t pada model regresi diperoleh Nilai koefisien regresi Harga nilai t hitung sebesar $-1,73 < t$ tabel 2,052, apabila nilai t hitung negatif lebih kecil dari nilai t tabel maka secara statistik menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Aryaduta Hotel Manado. Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Dengan kesadaran akan pentingnya memberikan nilai yang sesuai dengan harga kepada pelanggan, maka pelanggan merasa puas dan diuntungkan dengan pembelian mereka. Dengan fokus pada memberikan nilai tambah yang jelas dan sebanding, Aryaduta Hotel Manado dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat citra merek, dan mempertahankan kompetitivitas di pasar. Aryaduta Hotel Manado dapat menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan mengikuti tren industri, sambil tetap memperhatikan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Apabila pelayanan yang diberikan karyawan kepada tamu buruk maka akan mempengaruhi kepercayaan tamu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan secara baik dan dengan ketulusan maka tamu akan merasa senang serta merasa sangat dihargai. Pesanan atau layanan selalu diberikan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan, Mendengarkan dengan penuh perhatian setiap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan dan karyawan menjaga sikap dan bahasa tubuh yang ramah serta bersahabat dalam setiap interaksi dengan pelanggan, sehingga mereka merasa didengar, dihargai, dan dipahami. Selain pelayanan, Harga juga merupakan hal yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk yang ada di Hotel. Memberikan kejelasan tentang nilai dan manfaat dari produk dan layanan hotel, sehingga pelanggan dapat memahami dan menghargai harga yang ditetapkan. Semakin baik penjelasan harga yang diberikan maka semakin banyak pelanggan akan mengunjungi Aryaduta Hotel Manado. Hotel yang dapat meningkatkan semua aspek kualitas pelayanan dan harga secara konsisten, maka hotel tersebut akan selalu berusaha meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan pada saat menggunakan produk yang diberikan oleh pihak Aryaduta Hotel Manado, maka pelanggan tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga pelanggan akan loyal terhadap Aryaduta Hotel Manado. Dari hasil output SPSS menunjukkan nilai F hitung sebesar 238,073 nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha3 : Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Aryaduta Hotel Manado.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis linear berganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di aryaduta hotel manado dapat dibuat kesimpulan bahwa: 1) Kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan di aryaduta hotel manado. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan harga yang diberikan sesuai apa yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan; 2) Terdapat pengaruh yang kuat antara variabel x_1 (kualitas pelayanan dan variabel x_2 (harga) terhadap loyalitas pelanggan. Terlihat jelas dari hasil analisis koefisien determinasi dengan memperoleh nilai r-square sebesar 0,946 atau 94,6%. Besarnya nilai yang didapatkan menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diterima pelanggan, akan membuat pelanggan loyal dalam aryaduta hotel manado. Dan harga yang diberikan sesuai dengan apa yang ditawarkan akan membuat tamu kembali membeli produk yang ada di aryaduta hotel manado.; 3) Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Aryaduta Hotel Manado. Penilaian pelanggan dilihat dari

tindakan setiap karyawan yang memberikan pelayanan tepat waktu, memberikan informasi yang akurat dan tepat mengenai produk atau layanan yang disediakan, mendengarkan dengan penuh perhatian setiap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan. Harga adalah faktor yang tak kalah penting. Dengan harga yang diberikan sesuai dengan apa yang ditawarkan akan membuat pelanggan loyal. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan pelanggan, dilihat dari harga: harga produk yang diberikan sesuai dengan promosi yang ada, menyediakan berbagai pilihan harga dan paket yang memungkinkan pelanggan untuk memilih opsi yang paling sesuai dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan, dan masih banyak lagi pertimbangan lainnya. Dari hal diatas diharapkan aryaduta hotel manado harus mampu bersaing dan memberikan harga sesuai yang ditawarkan maka akan membuat pelanggan loyal dalam hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrah M.H; , &; R, Mekel;. (2024). Strategi Pengembangan Objek Wisata Raewaya Hills. *Ilmu Pariwisata*, 3 (01).
- AHMA;. (2021). Definisi Hotel. *soewarno, hudiyani & sugiarti*.
- A, Rofi'i N;. (2019). *garuh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Produk* . Sidoarjo: Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Anjarini, A, D, Mulyapradana A; , &; H, Harnoto;. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 26-38.
- B, Gultom R.I;. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada The Centro Hotel & Residence By Orchardz Batam*. Batam: Doctoral dissertation, Prodi Manajemen.
- D, Astuti A;. (2020). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Administrasi dan Manajemen*, 10(2), 134-140.
- D, K., &, & A, S. (2019). *Standarisasi Dapur Dalam Menunjang Operasional Pengolahan Makanan Di Rio City Hotel Palembang Menurut Peraturan Menteri Pariwisata 53/Hm. 001/Mpek/2013*. Palembang: Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma.
- D, Sembiring D;. (2023). Pengaruh Website Design, Price, Trust, Dan Security Terhadap Purchase Intention Fashion Melalui Online Shopping Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Lazada).
- Febriyatna R, Ardela Y; , &; B, Syahputra S;. (2023). *engaruh Program Loyalty Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Natasha Skincare Tanjungpinang*. *Adijaya Multidisplin*, 1(105), 1091-1099.
- H, Krestanto;. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- Hidayah, N. (2019). Kemitraan Strategis Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Gubugkalah Kab. Malang. *Pariwisata Terapan*, 1.
- Hotel, A., & Associations, M. (2021). *Soeworno, Hudiyani & Sugiarti*.

- J, Atmaja;. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas . *Ecodemica*, 2(1), 49-63.
- J, Kolonio; , & D, Soepeno;. (2019). Pengaruh service quality, trust, dan consumer satisfaction terhadap consumer loyalty pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- I, Hakim K.R;. (2022). *Identifikasi Objek Wisata Alam Situ Cileunca Sebelum Dan Saat Pandemi Covid*. Cileunca: Doctoral dissertation, Univeristas Komputer Indonesia.
- N, Arianto; , & J, Muhammad;. (2018). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada hotel dharmawangsa. *Semarak*, 1(1), 107-115.
- N, Azizah;. (2022). Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen dan Mahasiswa Pendidikan IPS.
- Octaviani, V. S., & I, I. (2023). Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 401-404.
- P, H. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang)* . Semarang: Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences.
- P, Hayati;. (2022). *Penyimpangan Sosial Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata* . Aceh: Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry.
- R, Putri L;. (2020). Pengaruh pariwisata terhadap peningkatan PDRB Kota Surakarta. . *Cakra Wisata*, 21(1).
- S, Kencana;. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga. *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, (2).
- S, Sendi. (2020). *Analisis Potensi Obyek Wisata Danau Sebedang*. Pontianak: Doctoral dissertation, IKIP PGRI.
- Soepono, Hulima J.S; V, Tielung M;. (2021). garuh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah . *MBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, , 9(2).
- T, Berliana A;. (2024). *Neofuturisme Dalam Desain Bangunan Mixed-use (Apartemen, Hotel, Mall, Perkantoran, Convention Hall) Untuk Menciptakan Kota Masa Depan*. Surabaya: Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- T, Pradana;. (2023). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi pada Koperasi BMT Sarana Wiraswasta Muslim Kota Malang*. Malang: Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- U, M. Y., & A, L. F. (2022). Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (Laz Washal) Sumatera Utara. *Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2536-2546.
- W, P. R. (2023). *Sistem pengelolaan dan pemasaran tabungan mabrur pada PT*.

- Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*. Padangsidimpuan: Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- W, Wandistra;. (2019). *Dampak teknologi komunikasi terhadap moralitas remaja (Studi di Pekon Kota Agung kecamatan Kota Agung kabupaten Tanggamus)*. Lampung: Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung.
- W, Wiliam; , & T, Purba;. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota batam. *Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).