
PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIMEDIASI SERVICE EXCELLENT PADA HOTEL THE GARDEN SYARIAH, CIAWI**Oleh****Lilis Alsucia Marsela¹, Erny Amriani Asmin², Titi Tjahja Andari³****^{1,2,3}Universitas Djuanda, Indonesia****Email: ¹lilisalsucia2002@gmail.com, ²amriani23@gmail.com, ³titi34@gmail.com**

Article History:*Received: 23-07-2024**Revised: 19-08-2024**Accepted: 20-08-2024***Keywords:***Customer, Moslem,
Service Excellent,
Sharia.*

Abstract: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah fasilitas, lokasi dan layanan prima memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menganalisis hubungan antar variabel seperti pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, lokasi terhadap kepuasan pelanggan, layanan prima terhadap kepuasan pelanggan dan bagaimana ketiga variabel (fasilitas, lokasi dan layanan prima) terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Patisipan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di the Garden Hotel Syariah berjumlah 166 orang. Sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan margin of error sebesar 5%, sehingga didapatkan sampel sebanyak 117 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana setiap responden memberikan jawaban dari pertanyaan sesuai dengan pilihan yang telah disediakan. Analisis data menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel independent dan dependent dengan bantuan software IBM SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menggambarkan kepuasan pelanggan adalah gambaran nilai atau perasaan konsumen setelah menerima jasa layanan hotel Syariah, meliputi kualitas layanan, kebutuhan terpenuhi, reputasi yang baik, rekomendasi dan loyalitas. Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan secara langsung sebesar 0.288, sedangkan saat melalui service excellent pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara langsung sebesar 0.304, sedangkan melalui service excellent pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327. Hasil analisis jalur ini menunjukkan nilai yang cukup besar, artinya variabel fasilitas dan lokasi dapat menggambarkan kepuasan pelanggan lebih dari 30%. Sistem Syariah bukan faktor penentu dari tinggi atau rendah kepuasan pelanggan, sehingga menyebabkan tinggi atau rendahnya minat pelanggan menginap di hotel Syariah. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa persaingan hotel Syariah dan konvensional tidak terletak pada sistem pengelolaan hotel, akan tetapi dipengaruhi oleh fasilitas, lokasi dan service excellent. Oleh karena itu, para pengelola hotel Syariah agar dapat bersaing dengan hotel-hotel konvensional dapat memusatkan perhatian kepada perbaikan fasilitas dan service excellent.

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan (Setyo, 2017). Kepuasan pelanggan berhubungan dengan perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah didapatkan (Irawan, 2021). Respon tersebut berupa rasa senang dan bisa juga kecewa, sebagai efek dari pelayanan dari perusahaan (Tjiptono, 2014). Priansa (2017) mengemukakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika berhubungan dengan kepuasan konsumen pada jasa hotel, mengarah pada perasaan atau respon dari apa yang telah diberikan oleh hotel berupa layanan dan fasilitas.

Hurdawaty dan Parantika (2018) mengemukakan hotel merupakan tempat menginap yang terdiri atas beberapa atau banyak kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk periode tertentu serta menyediakan makanan dan minuman untuk para tamunnya. Secara tidak langsung kepuasan konsumen untuk jasa hotel terletak pada pelayanan dan fasilitas. Toriq & Martoatmodjo (2014) menyatakan bahwa fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence*, secara garis besar *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*service scape*) dan bentuk komunikasi fisik lainnya. Sedangkan layanan, digambarkan dengan pemberian bantuan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Barata, 2016). Layanan prima adalah merupakan layanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan, dan berusaha memfasilitasi pelanggan dalam mengakses setiap kebutuhan pelanggan (Zulkarnain, Wildan dan Sumarsono, 2018).

Telah banyak penelitian tentang kepuasan konsumen, seperti Maryati dan Husada (2020), menyampaikan dalam hasil penelitian bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas. Selain itu juga, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lokasi, dan layanan prima (Haizer dan Render, 2015; Barata, 2016; Kotler, 2019; Siregar et al., 2019; Putri & Rosha, 2022). Lebih lanjut Kotler (2019) menyatakan bahwa fasilitas harus ada lebih dulu sebelum layanan diberikan kepada konsumen jika ingin meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu juga, lokasi hotel yang strategis menjadi faktor penentu dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah fasilitas, lokasi dan layanan prima memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menganalisis hubungan antar variabel seperti pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, lokasi terhadap kepuasan pelanggan, layanan prima terhadap kepuasan pelanggan dan bagaimana ketiga variabel (fasilitas, lokasi dan layanan prima) terhadap kepuasan pelanggan. The research Novelty is statistical analysis model of facilities, Strategic Location and Service Excellent as keys factor to up level of customer satisfaction.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Penelitian yang menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data pada sampel yang telah ditentukan (Sugiyoni, 2018). Patisipan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di the Garden Hotel Syariah berjumlah 166 orang. Sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan margin of error sebesar 5%, sehingga didapatkan sampel sebanyak 117 orang (lihat

tabel 1).

Tabel 1. Profil Responden

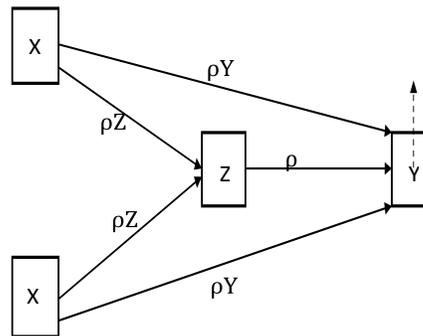
	Freq.	%
Gender		
Male	71	61
Female	46	39
Age		
17-25	29	25
26-35	59	50
36-55	26	23
46-55	3	3
Education		
SD	9	8
SMP	36	31
SMA	35	30
S1	37	31

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana setiap responden memberikan jawaban dari pertanyaan sesuai dengan pilihan yang telah disediakan. Pertanyaan yang mengarah pada persepsi konsumen terhadap pengalamannya menginap di hotel Syariah meliputi fasilitas, lokasi, layanan prima dan kepuasan konsumen (lihat tabel 2).

Tabel 2. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Item Pertanyaan
Kepuasan Pelanggan (Y)	(i) Terpenuhinya harapan pelanggan (ii) Merekomendasikan kepada pihak lain (iii) Kualitas Layanan (iv) Loyalitas (v) Reputasi yang baik	10
Fasilitas (X ₁)	(i) Fasilitas fisik (ii) Fasilitas non-fisik	
Lokasi (X ₂)	(i) Akses (ii) Area parkir (iii) Lalulintas (iv) Lingkungan (v) Kriteria	
<i>Service Excellent</i> (Z)	(i) Sikap (ii) Perhatian (iii) Tindakan (iv) Kemampuan (v) Penampilan	

Analisis data menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel independent dan dependent dengan bantuan software IBM SPSS versi 25.0 (Ghozali, 2018) (lihat gambar 1)



Gambar 1. Diagram Analisis Jalur

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kepuasan Pelanggan Hotel Syariah

Kepuasan pelanggan adalah gambaran nilai atau perasaan konsumen setelah menerima jasa layanan hotel Syariah, meliputi kualitas layanan, kebutuhan terpenuhi, reputasi yang baik, rekomendasi dan loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan hotel Syariah yang cukup baik, dimana 68% konsumen merasa pelayanan diberikan secara adil tanpa melihat status sosial, 63% konsumen merasa diperhatikan secara khusus dan 52% menyatakan hotel syariah menjadi pilihan utama. Namun jika dilihat dari fasilitas dan layanan masih menunjukkan nilai yang kurang baik, diaman 50% konsumen merasa layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan dan 55% konsumen menyatakan fasilitas hotel tidak memadai (lihat tabel 3).

Tabel 3. Kepuasan Pelanggan Hotel Syariah

No	Pertanyaan	VA	A	N	D	VD
1	Fasilitas hotel sangat memadai	0%	19%	25%	55%	1%
2	Layanan hotel sesuai dengan harapan	2%	20%	25%	50%	3%
3	Merekomendasikan hotel Syariah pada orang lain	3%	20%	27%	48%	2%
4	Pemberian layanan yang adil	12%	68%	15%	5%	0%
5	Perhatian khusus kepada konsumen	20%	63%	12%	5%	0%
6	Berminat untuk berkunjung kembali	7%	35%	23%	35%	0%
7	Hotel Syariah menjadi pilihan untuk menginap	2%	42%	20%	32%	4%

Note: VA: Very agree, A: Agree, N: Netral, D: Disagree, VD: Very disagree

2. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas dan lokasi hotel Syariah merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Fasilitas berupa penyediaan perlengkapan fisik maupun non fisik, lokasi hotel Syariah secara geografis sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Fasilitas dan lokasi secara Bersama-sama dan sendiri-sendiri mempengaruhi kepuasan pelanggan (Maryati dan Husada, 2020; Lie et al., 2021; Mariam et al., 2022; Buwung dan Sudana, 2022; Ayunina et al., 2022). Hasil penelitian juga menunjukkan hal tersebut (lihat tabel 4). Hasil penelitian menunjukkan fasilitas dan lokasi memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Fasilitas dan lokasi hotel Syariah sebesar 32.5% dapat menggambarkan kepuasan pelanggan (lihat tabel 5).

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Beta	T	Sig.
	Unstandardised Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	6.789	3.423		1.984	.050
Facilites	.313	.092	.304	3.387	.001
Location	.366	.093	.351	3.921	.000

a. Dependent variable: customer satisfaction

Tabel 5. Koefisien Korelasi Berganda

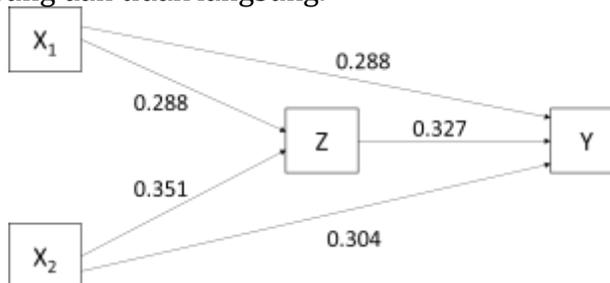
Model	Model summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.313	4.22073

a. Predictors: (constant), location, facilities

b. Dependent variable: customer satisfaction

3. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Service Excellent

Hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui service excellent sebagai variabel mediasi ditunjukkan pada gambar 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung dan tidak langsung (yaitu melalui service excellent). Lokasi hotel juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara langsung dan tidak langsung.



Gambar 2. Diagram Analisis Jalur

Secara rinci hasil analisis jalur pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel penelitian dijelaskan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Jalur

Variable	Influence	Customer satisfaction	Service excellent	total
Facilities	Direct		0.288	0.288
	Indirect	0.288	0.327	0.094
	Total			0.382
Location	Direct		0.304	0.304
	Indirect	0.351	0.327	0.115
	Total			0.419

Berdasarkan tabel 6, pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan secara

langsung sebesar 0.288, sedangkan saat melalui service excellent pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara langsung sebesar 0.304, sedangkan melalui service excellent pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.327. Hasil analisis jalur ini menunjukkan nilai yang cukup besar, artinya variabel fasilitas dan lokasi dapat menggambarkan kepuasan pelanggan lebih dari 30%.

DISKUSI

Kepuasan pelanggan merupakan gambaran keberhasilan suatu bisnis konvensional dan Syariah. Bagi pelanggan muslim memiliki pandangan yang sama tentang kepuasan pelanggan sebagai dampak dari layanan atau produk bisnis yang ditawarkan. Kesepakatan tentang konsep tentang kepuasan pelanggan akhirnya menemui titik akurasi yang sangat tepat, yaitu sebuah gambaran perasaan berupa respon dari jasa atau produk yang didapatkan (Setyo, 2017; Irawan, 2021). Respon yang muncul berupa rasa senang atau kecewa, keduanya sebuah penggambaran dari kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014; Priansa, 2017). Sehingga kepuasan pelanggan itu dipengaruhi oleh faktor lain yang melengkapi dari jasa atau produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Bisnis hotel Syariah adalah bisnis penyedia jasa penginapan berupa produk tempat, dimana fasilitas dan lokasi menjadi kunci utama yang dapat menentukan kepuasan pelanggan. Selain itu, layanan menjadi faktor lain baik secara langsung dan tidak langsung dapat menentukan tinggi atau rendah kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan hal tersebut, dimana fasilitas dan lokasi hotel Syariah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung service excellent menjadi variabel mediasi yang menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat atau menurun saat variabel fasilitas dan lokasi diaktifkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryati dan Husada (2020) menyebutkan bahwa fasilitas merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Mariam et al., 2022; Buwang dan Sudana, 2022). Selain itu, lokasi yang strategi menjadi faktor penting untuk meningkatkan bisnis perhotelan dan secara langsung memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Heixer dan Render, 2015; Desrianto, 2020; Salim et al., 2020; Lie et al., 2021). Penelitian Arianto dan Muhammad (2018) juga menyebutkan bahwa service excellent memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa upaya para pembisnis hotel Syariah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dapat memusatkan perhatian kepada perbaikan fasilitas dan layanan prima. Jika lokasi adalah menjadi salah satu faktor yang tidak bisa dimodifikasi karena bersifat tetap, maka fasilitas dan layanan prima adalah faktor yang masih bisa dimanipulasi. Data ini tentu merupakan informasi penting sebagai bahan untuk meningkatkan bisnis hotel Syariah. Pengelolaan hotel secara Syariah bukan menjadi persoalan untuk dapat bersaing dengan hotel-hotel konvensional. Sistem Syariah tidak dapat dijadikan alasan untuk menjadi sebuah fenomena mengapa hotel Syariah tidak lebih baik dari hotel konvensional. Sebagaimana Rutjuhan dan Ismunandar (2020) menyebutkan bahwa service excellent adalah faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengaruh service excellent sangat positif terhadap kepuasan pelanggan (Yanelka, 2022; Fitriyani dan

Lestari, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa level kepuasan pelanggan ditentukan oleh ketersediaan fasilitas dan lokasi strategis hotel Syariah serta service excellent yang diberikan oleh para pengelola hotel Syariah. Sistem Syariah bukan faktor penentu dari tinggi atau rendah kepuasan pelanggan, sehingga menyebabkan tinggi atau rendahnya minat pelanggan menginap di hotel Syariah. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa persaingan hotel Syariah dan konvensional tidak terletak pada sistem pengelolaan hotel, akan tetapi dipengaruhi oleh fasilitas, lokasi dan service excellent. Oleh karena itu, para pengelola hotel Syariah agar dapat bersaing dengan hotel-hotel konvensional dapat memusatkan perhatian kepada perbaikan fasilitas dan service excellent.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 85-94.
- [2] Buwung, F., & Sudana, I. K. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Gria Renon Denpasar. *Arthaniti Studies*, 50-54.
- [3] Chusnah, & Syukhul, M. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.4 No.2.
- [4] Daryanto, & Ismanto, S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Jakarta: Gava Media.
- [5] Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, 20-27.
- [6] Fadilah, Y. N., Choiri, M., & Yuniarti, R. (2019). Pengaruh Faktor Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem*, 206-215.
- [7] Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung kembali wisatawan candi muara takus kecamatan XIII Kota Kampar Kab. Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 40-47.
- [8] Fatmala, R. A. (2013). Pengaruh Self Esteem Karyawan Alfamart Terhadap Pemberian Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Kepada Pelanggan. *Jurnal.uin.malang*.
- [9] Freddy, R. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Frimayasa, A., & Administrasi, M. (2017). Konsep dasar dan Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Pada Perusahaan. *ejournal.bsi.ac.id*, 65-71.
- [11] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [12] Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [14] Juliansyah, N. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Group.
- [15] Kotler, P., & Amstrong. (2016). *Principless of marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- [16] Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Alih Bahasa. Jakarta: Erlangga.

- [17] Kuswatiningsih. (2016). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- [18] Lenggana, F. M. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Z'dulur coffee & Pool Kab. Tasik Malaya). Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1, (11).
- [19] Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- [20] Manulang, M., & Hutabarat, E. (2016). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- [21] Mariam, S., Kresna, E. P., & Ramli, A. H. (2022). The Effect of Differentiation, Price and Facility on Customers Satisfaction (Case Study on Geon Authentic in East Jakarta). Majalah Ilmiah Bijak, 96-106.
- [22] Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Holiday Hotel di Kota Batam. Jurnal Magisma, 20-27.
- [23] Nirwana. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Alta.
- [24] Noor Ana, D. I., & Sondari, T. (2018). Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen dan Bisnis (Almana), 2 (3).
- [25] Pantilu, D., Koleangan, R. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- [26] Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [27] Putri, W. A., & Rosha, Z. (2019). Pengaruh Service Excellent, Ketepatan waktu dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman J&T Express Padang. Jurnal Manajemen.
- [28] Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). The Effect of Service Quality Prices and Location of Companies to Customer Satisfaction Implication on Customer Loyalty. Econ Journals, 38-43.
- [29] Rochaeti, & Latief. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS. Bogor: Mitra Wacana Media.
- [30] Rochman, N. (1016). Pengaruh Soft Sil Staf Perpustakaan Terhadap Pelayanan Prima di Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas GadjahMada Yogyakarta. Journal.ugm.ac.id, Vol XII nOMOR 2.
- [31] Rusyid. (2017). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- [32] Rutjuhan, A., & Ismunandar. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Mahfoed Life Gym. Jurnal Pamator, 105-109.
- [33] SA, M., & Ekawati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Apartemen Green Bay di Jakarta Utara. Jurnal Asy-Syukriyyah, 104-119.
- [34] Sabran, E. (2015). Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembekian di ranch Market. Jurnal Ekonomi, 20(1),93.
- [35] Salim, M. A., Soliha, E., & Siswanto, A. B. (2020). Effect Location, Price Perception of Satisfaction Customer and Impact on Repurchase Intention. Inetrnational Journal of Civil Engineering and Teknologi (IJCIET), 157-169.
- [36] Satriyadin, & Ernawati, S. (2021). The Effect of Removal of Baggage Facilities on

- Customer Satisfaction at Wings Air. *Journal of Business Management Review*, 374-383.
- [37] Setiawan, R., Kosasih, & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *167 Buletin StudiEkonomi*, 168-170.
- [38] Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 163-175.
- [39] Simamora, R. H., Purba, J. M., Bukit, E. K., & Nurbaiti. (2019). Penguatan Peran Perawat dalam Pelaksanaan Asuhan Keperawatan Melalui Pelatihan Layanan Prima. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 25-31.
- [40] Srinjani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7, 31-38.
- [41] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [42] Sujarweni, W. V. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [43] Sulastiyono, A. (2014). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- [44] Sulistyowati, L. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta. *Mercubuanan-yogyaarta.ac.id*.
- [45] Suminar, R., & Apriliawati, M. (2017). Pelayanan Prima Pada Orangtua Siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*, 4 (2), 9.
- [46] Syarif Siregar, S. G., Lubis, A. S., & Siregar, H. (t.thn.). Pengaruh Service excellent terhadap kepuasan pelanggan transportasi online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Batu Medan).
- [47] Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- [48] Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 277-297.
- [49] Wigati, E., & Putri, S. S. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan pada Even Banquet Terhadap Kelancaran Operasional di Alila Solo Jawa. *MABHA JURNAL*, Vol 2 Nomor 1.
- [50] Yanelka, F., Heryanto, I., Dwiyansa, A., & Megawati, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah. *Accounting and Management Journal*, 42-50.
- [51] Yanti, S. A., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanorsa, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia)*, 79-89.
- [52] Zulkarnain, W., & Sumarsono. (2018). *Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN