

## Peran Fasilitas dan Mutu Pelayanan terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Zest Jemursari Surabaya

Rusdi Hidayat<sup>1</sup>; Acep Samsudin<sup>2</sup>; Andri Rizal Setiawan<sup>3</sup>; Fitri Maharani Andamdewi<sup>4</sup>; Lilyana Fransiska Sinaga<sup>5</sup>; Melinda Wahyuning Putri<sup>6</sup>; Rianasani Sisyawati<sup>7</sup>

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur<sup>3,4,5,6,7</sup>

[rusdi\\_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [acep.samsudin.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:acep.samsudin.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>,  
[21042010149@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010149@student.upnjatim.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the role of facilities and service quality on customer decisions to spend the night at Zest Hotel Jemursari Surabaya. The hotel is part of the service market that provides services to consumers. This research is motivated by the large number of hotels in Surabaya which are not matched by the increase in the number of visitors or tourists that should be. So this can affect the number of guests staying overnight at Surabaya hotels. Hotel service providers must prepare the best strategy to attract customers, because there are new hotels, customers have many other choices. Zest Hotel Jemursari Surabaya is a hotel that is involved in and affected by this imbalance problem. This type of research includes qualitative research. The research subjects were employees of the Zest Jemursari Hotel Surabaya as information distributors. Collecting data in this study using interview methods and in-depth observation. The data analysis method applied is the method of observation, literature study, interviews, and the conclusions obtained. This study proves that facilities and service quality performance have a significant effect on consumer decisions to stay at Hotel Zest Jemursari Surabaya.*

**Keywords :** Service Marketing, Facilities, Service Quality, Consumer Decisions

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui peran fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan untuk bermalam di Zest Hotel Jemursari Surabaya. Hotel merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memberikan pelayanan kepada para konsumen. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya hotel di Surabaya yang tidak diimbangi dalam peningkatan jumlah pengunjung atau wisatawan yang semestinya. Maka hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah tamu yang bermalam di hotel Surabaya. Penyedia layanan hotel harus menyiapkan strategi terbaik untuk menarik pelanggan, karena adanya hotel baru maka pelanggan memiliki banyak pilihan lain. Zest Hotel Jemursari Surabaya ialah merupakan hotel yang terlibat serta terkena imbas dalam ketidakseimbangan permasalahan tersebut. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Subyek penelitian ialah karyawan Hotel Zest Jemursari Surabaya sebagai penyalur informasi. Pengumpulan data pada penelitian ini memakai metode wawancara serta observasi mendalam. Metode analisis data yang diterapkan ialah metode observasi, studi pustaka, wawancara, serta kesimpulan yang diperoleh. Penelitian ini membuktikan bahwasannya fasilitas dan kinerja kualitas pelayanan berpengaruh signifikan tentang keputusan konsumen menginap di Hotel Zest Jemursari Surabaya.

**Kata Kunci :** Pemasaran Jasa, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen

## **PENDAHULUAN**

Negeri Republik Indonesia ialah negeri kepulauan yang dimana bagian terbanyak dipegang oleh bagian pariwisata, sehingga banyaknya pendatang yang tiba ke sebuah wilayah pariwisata dimana ini menghasilkan besarnya kesempatan bagus untuk bisnis hotel. Oleh sebab itu perhotelan wajib bisa merancang strategi pemasaran yang pas dalam upaya menguasai sikap konsumen serta menggapai tujuannya salah satunya memperoleh konsumen serta menjadikannya sebagai konsumen yang royal.

Hotel ialah salah satu tipe akomodasi yang sediakan sarana, dimana apabila suatu hotel sediakan sarana yang lengkap, konsumen bisa semakin puas serta memutuskan akan menginap di hotel tersebut. Tidak hanya itu terdapat aspek lain yang jadi aspek pengaruh dari seseorang konsumen dalam menginap di suatu hotel yakni aspek mutu pelayanan. Bagi Kotler (2000: 25), mutu pelayanan ialah keseluruhan dari wujud ciri benda serta jasa yang menampilkan kemampuannya didalam memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat jelas ataupun yang tersembunyi. Untuk usaha yang bergerak di bidang jasa, melakukan pelayanan yang bermutu pada pelanggan ialah perihal absolut yang wajib dicoba apabila usaha jasa tersebut mau menggapai keberhasilan. Sebab terus menjadi baik mutu pelayanan yang diberikan oleh sesuatu hotel hendak pengaruhi loyalitas konsumen, serta baik ataupun buruknya mutu pelayanan hendak berakibat besar untuk citra industri itu sendiri, serta berikutnya mampu pengaruhi keputusan konsumen buat menginap.

Mutu pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan serta kemauan dan ketepatan penyampaian buat mengimbangi harapan pelanggan. Ada pula pelayanan yang wajib diberikan oleh hotel dengan baik yakni pelayanan receptionist, bell boy, room service, cleaning service, cleaning service, serta yang lain. Banyak perihal yang bisa pengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya yakni gimana metode pihak hotel bisa menarik pelanggan serta mempertahankan mereka dengan metode membagikan sarana serta mutu pelayanan yang terbaik supaya para tamu yang menginap merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Bersumber pada latar belakang yang penulis kemukakan, hingga dari itu penulis tertarik buat mengenali apakah sarana serta mutu pelayanan mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan buat menginap di salah satu hotel yang terdapat di Surabaya ialah Hotel Zest Jemursari Surabaya. Dimana penulis pula menetapkan judul buat harian riset ini yakni "Kedudukan Sarana serta Mutu Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Zest Jemursari Surabaya".

## **KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa atau jasa pemasaran pada umumnya mengacu pada tindakan pihak produsen yang memberikan tawaran kepada konsumen dalam bentuk jasa yang dapat digunakan tetapi tidak dapat dilihat, didengar, atau dirasakan. Pelayanan jasa sendiri adalah kegiatan yang mencakup berbagai tindakan

berbentuk kinerja (hasil) yang diterima oleh pihak konsumen atau pelanggan.

Menurut Yazid (2008), pemasaran jasa adalah bagaimana suatu organisasi berhubungan dengan konsumennya dengan kata lain pemasaran jasa adalah penghubung anatar keduanya. Jika semua upaya pemasaran fokus di orientasikan pada pasar, posisi penghubung ini akan berhasil. persyaratan yang tidak dapat dinegosiasikan ialah melibatkan semua pihak, mulai dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam perumusan atau dorongan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen.

### **Pengertian Fasilitas**

Pada dasarnya semua bentuk kehidupan membutuhkan sarana, oleh karena itu salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia adalah fasilitas. Sarana dapat dikatakan selaku seluruh suatu yang bisa mempermudah serta melancarkan penerapan sesuatu usaha. Terlebih di masa modern semacam saat ini sarana ialah perihal yang sangat berarti, baik itu sarana yang disediakan oleh sistem pemerintahan ataupun swasta.

Bagi Tjiptono (2005), sarana merupakan sumber energi raga yang wajib terdapat saat sebelum sesuatu jasa ditawarkan kepada calon konsumen. Faktor-faktor pendukung yang dikemukakan Nirwana (2014) antara lain yakni: Desain sarana, nilai guna, estetika, keadaan yang menunjang, serta perlengkapan penunjang.

### **Indikator-Indikator Fasilitas**

Bagi Tjiptono (2011) terdapat 3 ialah:

1. Perencanaan dan pertimbangan spasial: Untuk memperoleh respons emosional serta intelektual dari pengguna atau mereka yang melihatnya, aspek-aspek seperti proporsi, kenyamanan, dan lain-lain harus dipertimbangkan, digabungkan, dan dikembangkan.
2. Perencanaan Ruang: Faktor ini meliputi arsitektur dan interior, seperti bagaimana ruang puskesmas diatur, bagaimana rotasi dirancang, dan sebagainya.
3. Peralatan serta perabot: Peralatan serta perabot berperan selaku fasilitas yang membagikan kenyamanan, selaku pajangan ataupun selaku infrastruktur pendukung untuk pengguna jasa.
4. Faktor pendukung yang lain: Semacam wc, wifi, tempat posisi makan serta minum ataupun sebagainya.

### **Ukuran Fasilitas**

Wahyuningrum (2004), mengatakan bahwa fasilitas merupakan suatu keseluruhan yang dapat mempermudah dan mempercepat suatu usaha untuk

berdiri dan berjalan. Bersumber pada penafsiran ini, dapat di jabarkan bahwa sarana adalah suatu fasilitas yang digunakan serta diperlukan untuk melaksanakan atau memperlancar suatu kegiatan. Sarana atau fasilitas dibagi menjadi dua ukuran sebagai berikut:

1. Fasilitas raga, merupakan seluruh suatu yang berbentuk barang ataupun yang bisa dibedakan, yang memiliki kedudukan bisa mempermudah serta melancarkan sesuatu usaha.
2. Fasilitas uang, merupakan seluruh suatu yang bisa berikan kemudahan sesuatu aktivitas selaku akibat dari "nilai uang".

### **Pengertian Mutu Pelayanan**

Secara universal mutu pelayanan merupakan sesuatu tingkatan layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan serta kebutuhan pelanggan ataupun penggunaannya. Maksudnya pelayanan dikatakan bermutu apabila industri ataupun lembaga tertentu sanggup sediakan produk serta jasa (pelayanan) cocok dengan kemauan, kebutuhan ataupun harapan pelanggan. Bagi Fandy tjiptono (2005), mutu pelayanan merupakan sesuatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber energi manusia. Dan proses serta area yang paling tidak bisa penuh ataupun malah bisa melebihi mutu pelayanan yang diharapkan. Mutu pelayanan dapat jadi fasilitas memperlancar ikatan batin antara pihak hotel dengan konsumen. Dikala harapan serta kemauan terpenuhi, konsumen hendak merasa dihargai mutu pelayanan yang diberikan. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan kemauan serta harapannya.

Hingga dari itu, penyedia layanan wajib tingkatkan tingkatan kepuasan konsumen dengan bermacam metode. Semacam mengoptimalkan pengalaman wisatawan sampai merasa aman serta bahagia dikala diperlakukan dengan baik. Mutu pelayanan dapat dioptimalkan lewat bermacam metode semacam senantiasa berlagak sopan, ramah, serta handal. Walaupun tidak seluruh konsumen dapat belanja dengan perilaku baik, selaku owner usaha wajib senantiasa melindungi mutu pelayanan. Dengan demikian, mutu pelayanan dapat jadi nilai lebih. Mutu pelayanan sangat berarti dimengerti sebab hendak berakibat langsung pada citra suatu usaha. Bila suatu hotel telah menemukan nilai positif dari konsumen, hingga konsumen tersebut hendak membagikan umpan balik yang baik pula. Apalagi bisa mejadi pelanggan senantiasa, serta pastinya ini hendak mempengaruhi besar terhadap kelangsungan usaha dari suatu hotel.

### **Ukuran Mutu Pelayanan**

Terdapat banyak metode mengukur mutu pelayanan suatu usaha. Terdapat dengan permasalahan mutu layanan. Bagi Parasuraman (1985) terdapat 5 bagian ukuran dari mutu pelayanan, ialah:

1. Keandalan (Reliability): kemampuan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara efisien, akurat, dan memuaskan. Metrik keandalan

menggunakan indikator kualitas layanan berikut: Akurasi layanan, keahlian industri dalam penggunaan teknologi bantu dalam proses layanan dan standar layanan yang jelas.

2. Daya tanggap (Responsiveness): kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan layanan reaktif. Penanda kualitas administrasi untuk perkiraan daya tanggap terdiri dari: Industri merespon dengan baik pelanggan yang membutuhkan pelayanan, melayani pelanggan dengan segera, menangani semua keluhan dari pelanggan serta memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan menyeluruh.
3. Jaminan (Assurance), merupakan pengetahuan, kesopanan serta keahlian karyawan perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu industri. Penanda mutu pelayanan untuk ukuran assurance di antara lain: Industri membagikan jaminan waktu dalam pelayanan konsumen, industri membagikan jaminan bayaran yang cocok dengan kualitas pelayanan yang didapat, industri membagikan jaminan legalitas.
4. Atensi (Attention), merupakan tidak membangun ikatan dengan mudah, komunikasi yang baik, atensi individu, serta uraian hendak kebutuhan pelanggan. Penanda mutu pelayanan buat ukuran attention, di antara lain: Pelayanan pelaku usaha harus ramah dan sopan, memperlakukan setiap pelanggan dengan hormat, mengutamakan kebutuhan pelanggan, serta tidak membeda-bedakan.
5. Fakta langsung (Tangible), merupakan wujud layanan langsung yang meliputi sarana raga, perlengkapan staff, serta sarana komunikasi. Penanda untuk ukuran tangible, antara lain: kemudahan akses pelanggan saat meminta layanan, penggunaan teknologi pendukung selama layanan, penampilan saat melayani pelanggan, kenyamanan lokasi penyediaan layanan, dan kedisiplinan pelaku usaha dalam memberikan layanan.

### **Pengertian Keputusan Konsumen**

Keputusan mengenai pembelian menurut Buchari Alma (2011), merupakan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh keuangan ekonomi, proses, promosi, produk, lokasi, harga, teknologi, orang, budaya, politik, dan bukti fisik. Akibatnya, konsumen cenderung mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dan membentuk tanggapan yang menunjukkan produk mana yang akan dibeli.

Keputusan konsumen dapat berupa keputusan pembelian karena memiliki pengaruh yang begitu signifikan terhadap keberhasilan pemasaran perusahaan. Pelanggan yang berusaha membeli barang dan jasa dari perusahaan dapat membuat suatu keputusan pembelian berdasarkan penilaian atas tujuan pelanggan itu sendiri atau berdasarkan dorongan emosional. Dalam penelitian ini, keputusan awal konsumen untuk menginap didasarkan pada teori keputusan pembelian karena

kedua teori tersebut memiliki karakteristik yang sama: jika konsumen mengunjungi sebuah hotel, ia hampir pasti akan terlibat dalam aktivitas yang melibatkan pembelian jasa.

### **Contoh-contoh Konsumen Saat Melakukan Keputusan Pembelian**

Saat akan melakukan pengambilan keputusan konsumen terdapat dua contoh, antara lain yaitu:

1. Extensive problem solving (pemecahan masalah yang ekstensif), yaitu ketika konsumen tidak memiliki kriteria evaluasi untuk kategori tertentu dari kategori produk tertentu atau merek eksklusif dalam kategori ini, atau tidak membatasi merek yang dipertimbangkan pada merek yang telah dievaluasi dua kali.
2. Limited problem solving (pemecahan persoalan secara terbatas), adalah proses pengambilan keputusan belanja yang melibatkan upaya dan ketika yang tidak terlalu besar, biasanya mengandalkan informasi eksklusif dibanding dengan eksternal.
3. Limited problem solving (pemecahan masalah terbatas), adalah proses pengambilan keputusan belanja yang membutuhkan usaha dan, ketika usaha tidak terlalu besar, seringkali bergantung pada informasi eksklusif dibandingkan dengan sumber eksternal.

## **BAHAN DAN METODE**

### **Lokasi serta Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Hotel Zest Jemursari Surabaya di Jl. Raya Prapen Nomor 266, Panjang Jiwo, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Jawa Timur Kode Pos 60299. Masa penelitian Oktober 2022.

### **Teknik atau Metode Pengumpulan Data**

Proses atau metode pengumpulan data adalah cara memperoleh data untuk kepentingan penelitian, dimana data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dihasilkan. Adapun teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi atau Tinjauan

Observasi atau tinjauan dilakukan dengan meninjau dan mengamati apa yang diamati, khususnya yang berkaitan dengan kualitas fasilitas dan pelayanan di Hotel Zest Jemur Sari Surabaya.

2. Wawancara

Wawancara ialah salah satu metode komunikasi pengumpulan data yang langsung dari narasumber yang bersangkutan atau relevan, wawancara dalam penelitian kali ini dilaksanakan dengan salah satu karyawan hotel Zest Jemur Sari Surabaya.

3. Studi Literatur

Studi literatur atau yang bisa disebut penelitian kepustakaan adalah suatu metode melakukan penelitian dengan mencari bahan-bahan yang pernah ditulis sebelumnya.

**METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif. Metode kualitatif ini salah satu metode yang menitikberatkan pada pengamatan yang bersifat mendalam. Oleh sebab itu, metode ini digunakan didalam penelitian bisa menciptakan hasil yang komprehensif terhadap suatu permasalahan yang akan dibahas. Informasi ini biasanya tentang data yang berasal dari lapangan yang kemudian dikumpulkan dan dianalisis untuk menghasilkan jurnal penelitian yang berisi pendapat ahli serta teori yang ada sebagai landasan teoritis. Sehubungan dengan tujuan penelitian ini, sebagian besar data yang diperoleh disusun dan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan definisi sederhana.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa harga dan penawaran kamar di Hotel Zest Jemursari Surabayayang berpengaruh terhadap hasil indikator variabel fasilitas dan kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan menginap di hotel tersebut.

No	Kamar	Harga	Fasilitas	Tambahan
1.	Zest Twin Room	Rp231.103	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Parkir gratis
2.	Zest Queen Room	Rp247.599	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Parkir gratis
3.	ZEST ROOM	Rp276.390	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Pembatalan gratis
4.	Zest Twin Room	Rp280.592	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Sarapan gratis → Parkir gratis
5.	Zest Queen Room	Rp297.088	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Sarapan gratis → Parkir gratis

6.	ZEST ROOM	Rp331.481	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Pembatalan gratis → Sarapan gratis
7.	Zest Suite Room	Rp412.562	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Parkir gratis
8.	Zest Suite Room	Rp462.051	→ Pelayanan kamar → Resepsionis 24 jam → Restoran → Transportasi bandara	→ Internet gratis → Sarapan gratis → Parkir gratis

Sumber: *Guest Reservations Zest Hotel Jemursari*

Beberapa indikator dalam variabel fasilitas dan kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan menginap di hotel tersebut, antara lain:

1. Konsumen menyukai kamar yang bersih, nyaman, rapi, dan luas meskipun memiliki tema yang minimalis. Konsumen merasa puas atas fasilitas dan kualitas pelayanan hotel ini dengan harga yang standar.
2. Hotel ini memiliki *twin bed room* dan *queen bed room*, *smoking* dan *non-smoking room*, kamar khusus untuk konsumen penyandang cacat, serta waktu *check out* adalah pukul satu siang sehingga konsumen tidak perlu terburu-buru.
3. Konsumen tidak masalah dengan lahan parkir yang tidak terlalu besar dan penuh karena hotel ini memiliki sistem parkir valet, petugas yang melayani dikatakan sangat ramah dan selalu siap untuk menemukan tempat parkir.
4. Konsumen dengan tujuan perjalanan bisnis merasa cocok untuk menginap di hotel ini karena dekat dengan *mall* dan banyak gedung kantor. Hotel ini juga menyediakan tempat *meeting* yang representatif untuk kapasitas sekitar 30 orang dengan staf yang ramah dan sangat membantu.
5. Lokasi hotel sangat bagus dan strategis, terletak di kawasan industri di Surabaya dan mudah dijangkau dengan berbagai moda transportasi. Hotel ini juga dekat dengan Rumah Sakit Mitra Keluarga, Royal Plaza Mall, dan berbagai restoran dan kafe.
6. Kamar dilengkapi dengan AC, TV LCD 32" dengan saluran kabel, brankas dengan sistem yang dapat diatur, kamar mandi dengan *shower* air panas dan dingin, serta akses internet WI-FI.

7. Untuk keselamatan dalam kebakaran, bangunan hotel ini telah menempatkan perlengkapan peralatan pemadam di tiap lantai termasuk pemadam otomatis di tiap kamarnya. Hotel ini juga memiliki sistem lift menggunakan kartu.
8. Konsumen menyukai sarapan yang disediakan hotel ini namun banyak yang berpikir kalau pilihan menunya terbatas.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian yang telah dijabarkan oleh penulis mengenai keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Zest Jemursari Surabaya yaitu:

- a. Konsumen mengambil keputusan memilih hotel Zest Jemursari Surabaya dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, diantara faktor fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi.
- b. Keputusan pelanggan untuk menginap di Hotel Zest Jemursari Surabaya sebagian besar dipengaruhi oleh indikator kualitas pelayanan dan fasilitas hotel. Hal ini dikarenakan fasilitas di Hotel Zest Jemursari Surabaya cukup lengkap dan bersih. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu sangat baik, dan dilakukan dengan cara yang sangat ramah untuk memastikan tamu merasa nyaman.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan terkait penelaahan keputusan konsumen dalam pemilihan Hotel Zest Jemursari Surabaya adalah:

- a. Pada saat ini banyak sekali hotel yang memberikan fasilitas mewah serta pelayanan yang unggul kepada para konsumen sehingga bisnis perhotelan dapat terus bertahan dalam persaingan yang kompetitif. Meskipun faktor utama yang dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan konsumen untuk memilih Hotel Zest Jemursari Surabaya sudah tertera di atas, namun pihak hotel perlu memperhatikan lagi inovasi terbaru di dalam industri perhotelan agar Hotel Zest Jemursari Surabaya mampu bertahan dalam persaingan bisnis akomodasi.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang memuaskan dengan cara menuangkan program-program unggulan serta terus menawarkan inovasi terbaru kepada konsumen agar tetap setia memilih Hotel Zest Jemursari Surabaya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 67-78.

- Ekonomi, D. (2022, Maret 14). Pemasaran Jasa . Retrieved from sarjanaekonomi.co.id: <https://sarjanaekonomi.co.id/pemasaran-jasa/>
- Fristi Bellia Annishia, E. P. (2019). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 19-28.
- Hartini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al-Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora*, 404 - 418.
- Nanda. (2021, Januari 22). Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi Dan Cara Mengukur. Retrieved from komerce.id: <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/>
- Rozak, A. (2020, November 1). Pengertian Fasilitas, Macam, dan Contohnya. Retrieved from dosenppkn.com: <https://dosenppkn.com/pengertian-fasilitas/>
- Septiyowati, E. A. (2017). Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-20.