

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN  
HOTEL IBIS STYLES YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FORTALISA PRIANT JATININGRUM**

**11150061**

**FAKULTAS BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN  
HOTEL IBIS STYLES YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat – syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen (S1)**

**Disusun Oleh:**

**FORTALISA PRIANT JATININGRUM**

**NIM: 11150061**

**Program Studi: Manajemen**

**DUTA WACANA**

**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL IBIS STYLES  
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**FORTALISA PRIANT JATININGRUM**

**11150061**

Dalam ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 29 MAR 2019

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Dra. Purwani Retno Andaras, MM

(Ketua Tim / Dosen Pembimbing)

2. Dra. Ety Istriani, MM

(Dosen Penguji)

3. Jonathan Herdioko, SE, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 05 APR 2019

**Disahkan Oleh:**

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, M.M

Wakil Dekan I Manajemen

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta**

yang saya kerjakan tersebut adalah hasil tulisan saya sendiri demi untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan menjadi Sarjana dalam Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, bukan merupakan tulisan orang lain maupun duplikasi dari pihak manapun. Adapun sumber-sumber informasi yang saya peroleh dari luar akan dicantumkan nama penulis maupun narasumbernya dalam tulisan ini. Apabila saya terbukti melakukan plagiasi dan melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut, saya bersedia jika skripsi tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Maret 2019



Fortalisa Priant Jatiningrum

11150061

## HALAMAN MOTTO

**“Kesuksesan tampaknya berhubungan dengan tindakan. Orang-orang yang sukses terus bergerak; mereka membuat kesalahan-kesalahan, tapi mereka tidak berhenti.”**

**-Conrad Hilton-**

**“Tantangan yang paling sulit adalah untuk menjadi diri sendiri dalam sebuah dunia di mana setiap orang mencoba untuk membuat Anda menjadi orang lain.”**

**-E.E. Cummings-**

**“Jangan Menyerah! Kegagalan dan penolakan hanyalah langkah pertama menuju kesuksesan.”**

**-Jimmy Valvano-**

**“Change your thoughts and you can change your world.”**

**-Norman Vincent Pale-**

**“Menangis, memaafkan, belajar, terus berjalan. Biarkan air matamu mengairi bibit kebahagiaan”**

**-Steve Maraboli-**

**“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab TUHAN, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau”**

**-Ulangan 31:6-**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas penyertaan dan pertolonganNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk kedua orang tua saya yaitu bapak dan ibu, semoga selalu dalam perlindungan Tuhan Yesus karena telah memberikan kasih sayang dan kedisiplinan dalam mendidik saya hingga saat ini. Terimakasih untuk semua yang telah diberikan kepada saya hingga mencapai keberhasilan terutama dalam pendidikan saya saat ini.

Dan untuk saudara-saudara saya, terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat untuk saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran, perjuangan dan ketelitian. Untuk dosen pembimbing saya Ibu Purwani Retno Andalas yang telah memberikan pengarahan serta masukan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk kedua orang tua saya dan adik saya yang telah memberikan dukungan dan semangat karena telah memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terimakasih untuk motivasinya dan doanya.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Kasih, karena atas segala berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL IBIS STYLES YOGYAKARTA***

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang berkonsentrasi pada Pemasaran. Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan serta ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan terlibat dalam proses penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya ini disampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan perlindungan, pertolongan dan penyertaan kepada saya
2. Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. selaku Wakil Dekan I Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
4. Jonathan Herdioko, S.E, M.M. selaku Wakil Dekan III Fakultas Bisnis
5. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sejak penentuan judul hingga terselesaikannya penulisan skripsi
6. Segenap dosen dan civitas akademik Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah terlibat dan berpengaruh dalam membantu saya menimba ilmu di Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Bapak Catur Priyantoro dan ibu Nunik Murjantiningsih selaku orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasinya dalam penyusunan skripsi.

8. Untuk Fiorenzo Priant Cadwika adik saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada saya
9. Untuk kakak sepupu saya, Restu B Wirata yang telah membantu dan mendorong saya dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Untuk kakak sepupu saya, Ngesthi Basuki dan Citra A. Perangin-angin yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi kepada saya.
11. Untuk sahabat-sahabatku yang jauh disana (Jelani Reka, Vera Wulandari, Dani Rahayu, Galih Kusuma, Alwi Abdul, dan Krisna Mahendra) yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya
12. Untuk *staff sales & marketing* Hotel Ibis Styles Yogyakarta (Ayuka, Diah Widyaningsih, Iyudhi Ega, Vivi Haryanto, Chandra Setia, dan Totok) yang telah membantu saya untuk menyebarkan kuesioner kepada tamu-tamu Hotel Ibis Styles Yogyakarta.
13. Untuk teman seperjuanganku yang sudah lebih dahulu lulus Dea Apriliani yang selalu menemani hingga akhir penyelesaian kuliah kemudian untuk Gladys Gloria teman seperjuangan saya tetap semangat kuliah.
14. Untuk teman-teman di konsentrasi pemasaran, keuangan dan MSDM yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi dan selama kuliah.
15. Pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberikan motivasi selama kuliah

Saya sebagai penulis mengharapkan agar tulisan ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Maret 2019



Fortalisa Priant Jatiningrum

11150061



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Batasan Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Konsep Jasa .....	9
2.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa Menurut Para Ahli .....	9
2.3 Kualitas Pelayanan .....	10
2.3.1 Definisi Kualitas Layanan.....	10
2.3.2 Konsep Kualtas Pelayanan.....	10
2.4 Pengertian Merek .....	14
2.5 Manfaat dan Keuntungan Merek .....	16
2.6 Pengertian Citra Merek .....	16
2.7 Dimensi Citra Merek .....	18
2.8 Elemen-elemen Citra Merek .....	22
2.9 Kepuasan Konsumen.....	23

2.10 Kerangka Penelitian .....	26
2.11 Pengembangan Hipotesis .....	27
2.12 Penelitian-Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Data Penelitian .....	32
3.3.1 Data Primer .....	32
3.3.2 Data Sekunder.....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.4.1 Populasi .....	33
3.4.2 Sampel .....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.6.1 Variabel Penelitian .....	35
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.7 Skala Pengukur Variabel Penelitian.....	38
3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.8.1 Uji Validitas .....	39
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
1.9.1 Regresi Linier Berganda .....	41
1.9.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
1.9.3 Uji F.....	42
1.9.4 Uji t.....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Analisis Data .....	44
4.1.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	44
1. Hasil Uji Validitas .....	44
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.1.2 Deskriptif Profil Responden .....	50
4.1.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
1. Hasil Regresi Linier Berganda .....	52
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
3. Hasil Uji F .....	54
4. Hasil Uji t.....	55
4.2 Pembahasan .....	58

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	62
5.3 Saran Penelitian .....	62
5.3.1 Saran Bagi Hotel Ibis Styles Yogyakarta .....	63
5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

©UKDWN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Hotel Bintang 3 di Yogyakarta .....	2
Tabel 2.1	Penelitian-Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	37
Tabel 3.2	Skala Likert .....	39
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Dimensi Bukti Fisik .....	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Dimensi Keandalan .....	45
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Dimensi Daya Tanggap.....	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Dimensi Jaminan.....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Dimensi Empati.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek .....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen .....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 4.9	Proporsi Responden Berdasarkan Gender.....	50
Tabel 4.10	Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.11	Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Tabel 4.12	Proporsi Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.13	Hasil Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji t .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Penelitian .....	26
--	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian .....	68
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian .....	69
Lampiran 3	Data Responden .....	72
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	78
Lampiran 6	Hasil Uji t .....	79
Lampiran 7	Hasil Uji F .....	80
Lampiran 8	Tabel r .....	81
Lampiran 9	Kartu Konsultasi Skripsi .....	82
Lampiran 10	Formulir Revisi Skripsi .....	83

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan orang-orang yang pernah berkunjung dan menikmati pelayanan di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dalam pemilihan responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen, digunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji  $R^2$ , Uji t dan Uji F. Nilai  $R^2 = 0,342$ , artinya sebesar 34,2% Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Citra Merek), sedangkan 65,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Pada uji t diperoleh hasil pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat; kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada hasil pengujian menunjukkan nilai sig. uji F sebesar 0,00 artinya secara simultan, variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen***

## **ABSTRACT**

*This study aims to know the effect of service quality and brand image toward consumer satisfaction in Ibis Styles Hotel Yogyakarta. Respondents in this study are 100 people who ever visited and enjoyed the service in Ibis Styles Hotel Yogyakarta. Sample determination used non-probability sampling method with accidental technique in choosing the respondents.*

*The gather data technique is done by distributed the questionnaire that tested its validity and reliability. Whereas for test that there is a significant effect between independent variables are service quality and brand image toward dependent variable is customer satisfaction, used Multiple Linear Regression Analysis method with R2 Test, t-test, and F test. The value of  $R^2 = 0,342$ , means that 34,2% of customer satisfaction can be cleared that the independent variables (service quality and brand image), whereas 65,8% can be cleared that the other factors which did not examined. The t-test results obtained that the partial effect of the independent variables toward the dependent variable; there is an effect of service quality toward customer satisfaction, and there is no effect of brand image toward customer satisfaction. Whereas the result test showed value of sig. F test is 0,00 that means simultaneously, the service quality and brand image is affecting significantly toward customer satisfaction.*

**Key word: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan orang-orang yang pernah berkunjung dan menikmati pelayanan di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dalam pemilihan responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen, digunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji  $R^2$ , Uji t dan Uji F. Nilai  $R^2 = 0,342$ , artinya sebesar 34,2% Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Citra Merek), sedangkan 65,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Pada uji t diperoleh hasil pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat; kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada hasil pengujian menunjukkan nilai sig. uji F sebesar 0,00 artinya secara simultan, variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen***

## **ABSTRACT**

*This study aims to know the effect of service quality and brand image toward consumer satisfaction in Ibis Styles Hotel Yogyakarta. Respondents in this study are 100 people who ever visited and enjoyed the service in Ibis Styles Hotel Yogyakarta. Sample determination used non-probability sampling method with accidental technique in choosing the respondents.*

*The gather data technique is done by distributed the questionnaire that tested its validity and reliability. Whereas for test that there is a significant effect between independent variables are service quality and brand image toward dependent variable is customer satisfaction, used Multiple Linear Regression Analysis method with R2 Test, t-test, and F test. The value of  $R^2 = 0,342$ , means that 34,2% of customer satisfaction can be cleared that the independent variables (service quality and brand image), whereas 65,8% can be cleared that the other factors which did not examined. The t-test results obtained that the partial effect of the independent variables toward the dependent variable; there is an effect of service quality toward customer satisfaction, and there is no effect of brand image toward customer satisfaction. Whereas the result test showed value of sig. F test is 0,00 that means simultaneously, the service quality and brand image is affecting significantly toward customer satisfaction.*

**Key word: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction**

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini di Indonesia bisnis perhotelan mengalami pertumbuhan dan berkembang yang pesat. Indonesia memiliki banyak daerah dengan jumlah destinasi pariwisata dan hotel yang semakin bertambah. Hal ini juga terjadi di kota-kota besar yang ada di beberapa provinsi di Indonesia. Bisnis pelayanan jasa seperti hotel atau sejenisnya semakin tumbuh dengan pesat. Hotel merupakan suatu usaha akomodasi atau perusahaan pada bidang pelayanan bagi masyarakat umum yang terdapat fasilitas mulai dari jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman, jasa layanan kamar, serta jasa pencuci pakaian. Fasilitas ini dapat digunakan bagi mereka yang bermalam di hotel maupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tersebut. Hotel tergolong perusahaan yang pengelolaan usahanya memerlukan modal dan tenaga kerja yang besar. Hotel memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan dibidang lain dimana usaha ini beroperasi selama 24 jam sehari tanpa hari libur guna untuk melayani pelanggan hotel dan masyarakat umum yang ingin menggunakan jasa hotel. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal untuk pelanggan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta persepsi bagi pelanggan bahwa hotel tersebut telah sesuai dengan harapan dari pelanggan tersebut. Dengan demikian hotel yang berkualitaslah yang bersaing dan menguasai pasar. Saat ini banyak perusahaan yang meminati perusahaan dibidang perhotelan dengan mendirikan bermacam-macam hotel. Salah satu kota besar di Indonesia yang menghadapi persaingan ketat dibidang perhotelan yaitu Kota Yogyakarta.

Kota Yogyakarta merupakan Kota Pelajar, Kota Wisata dan Kota Budaya. Saat ini D.I Yogyakarta khususnya Kota Yogyakarta telah mengalami peningkatan dibidang pariwisata tepatnya dibidang perhotelan. Seiring perkembangan pada sektor pariwisata meningkat, hal ini mendorong sektor jasa dibidang perhotelan sehingga persaingan bisnis pada sektor jasa khususnya hotel semakin meningkat tajam dan ketat. Di daerah Yogyakarta memiliki berbagai jenis hotel dari hotel melati sampai dengan hotel bintang 5. Menurut Sistem Informasi Statistik Hotel, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa jumlah hotel berbintang 3 menempati urutan kedua. Terdapat 35 hotel berbintang 3 (jenishotel.info, 2015), di antaranya:

**Tabel 1.1**  
**DAFTAR HOTEL BINTANG 3 DI YOGYAKARTA**

No	Nama Hotel	No	Nama Hotel
1	Tjokro Style Yogyakarta Hotel	19	Atrium Premiere Hotel-Yogyakarta
2	Hotel Neo Malioboro	20	Wisma MMUGM Hotel
3	D'Omah Hotel Yogya	21	Quin Colombo Hotel
4	Student Park Hotel Apartment	22	The Edelweiss Hotel Yogyakarta
5	Ibis Styles Yogyakarta Hotel	23	Abadi Hotel Jogja
6	Hotel Neo Plus Awana Yogyakarta	24	Favehotel Kusumanegara
7	Hotel Arjuna Yogyakarta	25	Gowongan Inn
8	Lynn Hotel by Horison	26	Cakra Kembang Hotel
9	Tasneem Boutique Convention Hotel	27	Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta
10	Grand Zuri Malioboro-Yogyakarta Hotel	28	Grage Ramayana Hotel
11	H Boutique Hotel Jogjakarta	29	The Grand Palace Hotel Yogyakarta
12	Hotel Dafam Fortuna Malioboro	30	The Victoria Hotel Yogyakarta
13	Puri Artha Hotel Yogyakarta	31	Grage Yogya Hotel
14	Hotel Ibis Malioboro	32	Raffles Holiday Jogja Hotel
15	Pandanaran Hotel Yogyakarta	33	Kangen Boutique Hotel Yogyakarta
16	Casa Raffles Hotel	34	LPP Garden Hotel
17	LPP Convention Hotel	35	Hotel Dafam Fortuna Seturan Yogyakarta
18	@HOM Platinum Gowongan Hotel		

Kelebihan dari hotel bintang 3 yaitu memiliki pelayanan hotel mirip dengan hotel berbintang 4, namun memberikan harga terjangkau. Semakin berkembangnya jumlah hotel, maka akan meningkatkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, setiap usaha dibidang perhotelan harus memiliki strategi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, karena itu merupakan suatu hal penting yang harus dilakukan oleh sebuah hotel. Dengan demikian, perusahaan yang konsep pemasarannya berorientasi pada pembentukan kemitraan dengan pelanggan (*market driven partnership*) melalui pengembangan komunikasi yang interaktif dan intensif dengan pelanggan dapat secara mudah membentuk dan memperkuat persepsi pelanggan dalam menciptakan citra merek dari suatu perusahaan yang baik dimata konsumen.

Citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Pada perusahaan jasa, citra merupakan hal yang dapat mempengaruhi positif atau negatif aktivitas pemasaran sehingga citra ini sangat penting. Dimana perilaku dan keputusan konsumen dipengaruhi oleh citra, dalam mencapai tujuan yang berorientasi kepada kepuasan konsumen, kinerja perusahaan akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen yang mendapatkan dan merasakan kualitas pelayanan dari sebuah bisnis perhotelan pasti akan mendapat kepuasan, sehingga konsumen tersebut memberikan citra yang baik untuk hotel tersebut dan menjadi konsumen yang loyal. Mengemukakan bahwa konsumen yang loyal ditunjukkan dari

kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang karena komitmen pada suatu merek/ produk/ jasa maupun terhadap perusahaan. Adapun hal yang membuat pelanggan menjadi loyal didasarkan beberapa hal diantaranya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan sesuai atau melebihi dari harapan konsumen. Selain itu karena mereka memiliki dedikasi terhadap merek/ produk/ jasa tertentu, struktur preferensi mereka memperlihatkan utilitas yang sangat tinggi terhadap suatu merek/ jasa tertentu dan sangat rendah terhadap merek/ jasa yang lain, karena merek/ jasa tersebut memiliki atribut berupa value kinerja yang tidak bisa ditandingi oleh merek/ jasa yang lain, dan kemudahan mendapatkan merek/ jasa tersebut sama seperti merek/ jasa yang lain. Bisnis perhotelan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk dapat mendapatkan citra perusahaan yang dapat dipandang positif oleh para konsumen. Konsumen yang mendapatkan kualitas pelayanan yang buruk akan merasa tidak puas dan kecewa, namun sebaliknya konsumen yang mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik dan berbeda pasti akan merasa puas, sehingga konsumen yang merasa puas akan cenderung loyal terhadap suatu perusahaan, karena rasa kepuasan konsumen akan mempengaruhi kualitas pelayanan dan citra merek perusahaan yang baik.

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen/ pelanggan,

selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut (Cronin dan Taylor dalam Bahar *et.al*,2009:972).

Saat ini pertumbuhan industri dibidang perhotelan akan semakin meningkat, sehingga mereka berlomba-lomba dengan memberikan fasilitas dan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Kualitas pelayanan kepada konsumen yang mereka tingkatkan berefek pada pandangan konsumen terhadap citra merek yang baik. Salah satu hotel yang bersaing di pusat kota Yogyakarta dalam memberikan kualitas pelayanan dan membentuk citra merek yang terbaik dilakukan oleh Hotel Ibis Styles Yogyakarta

Hotel Ibis Styles sebagai usaha jasa di bidang perhotelan yang memiliki reputasi dan nama besar yaitu *Accor Hotels* yang merupakan perusahaan multinasional Perancis terbesar. Hotel Ibis Styles Yogyakarta merupakan hotel berbintang yang salah satunya terdapat di Yogyakarta tepatnya di Jalan Dagen daerah Malioboro salah satu aksesoris Kota Yogyakarta yang sangat terkenal. Hotel ini termasuk hotel yang berbasis Internasional karena para tamu hotel atau konsumen yang datang tidak hanya wisatawan luar D.I. Yogyakarta, namun wisatawan asing dari berbagai Negara pun banyak. Oleh karena itu, Hotel Ibis Styles Yogyakarta memberikan kualitas pelayanan (*services quality*) yang terbaik untuk para konsumennya, dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Ibis Styles Yogyakarta yang pertama bukti fisik (*tangible*) merupakan tampilan fisik Hotel Ibis Styles Yogyakarta dibuat sangat menarik dan lokasi yang sangat strategis untuk ditemukan oleh konsumen karena berada didekat ikon Kota Yogyakarta; kedua kehandalan (*reliability*) yaitu Hotel Ibis Styles Yogyakarta yang memberikan pelayanan bagi konsumen secara cepat dan tanggap; ketiga ketanggapan (*responsiveness*) yaitu karyawan di Hotel Ibis Styles Yogyakarta

cepat dalam menjelaskan layanan dan dapat membantu menjelaskan apabila ada konsumen yang masih bingung dan cukup tanggap dalam menanggapi keluhan para konsumen; keempat jaminan (*assurance*) yaitu karyawan Hotel Ibis Styles Yogyakarta bersikap sopan dan ramah kepada konsumen yang datang dan pengetahuan karyawan Hotel Ibis Styles Yogyakarta yang terbilang sangat baik dikarenakan adanya pengadaan *training* atau pelatihan yang diberikan oleh Hotel Ibis Styles Yogyakarta kepada setiap karyawannya; kelima empati (*empathy*) yaitu karyawan Hotel Ibis Styles Yogyakarta selalu menyapa setiap konsumen yang datang, dan mampu menciptakan komunikasi yang baik dengan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, dengan semakin meningkatnya wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta, memberikan peluang besar bagi Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Banyaknya perhotelan yang baru membuat persaingan semakin ketat, sama halnya yang terjadi di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Dengan banyaknya saingan yang mempengaruhi baik dari sisi pengusaha perhotelan maupun dari sisi konsumen, maka peneliti sangat tertarik untuk mempelajari dan ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Ibis Styles Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti ingin merumuskan permasalahan dalam, penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) terhadap kepuasan konsumen?
- 2) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen?



- 3) Apakah kualitas pelayanan dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta.
- 2) Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari perkuliahan serta memperluas wawasan penulis dalam bidang perhotelan, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Ibis Styles Yogyakarta.

- 2) Bagi Hotel Ibis Styles Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Ibis Styles Yogyakarta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada bidang perhotelan, sehingga Ibis Styles Yogyakarta dapat lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan citra merek serta dapat dijadikan landasan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

### 3) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian terhadap objek atau masalah yang sama pada masa yang akan datang.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan membatasi jumlah responden sebanyak 100 orang, yaitu tamu yang pernah menginap dan menggunakan jasa pelayanan di Hotel Ibis Styles Hotel Yogyakarta.
2. Tempat penelitian dilakukan di Hotel Ibis Styles Yogyakarta, yang beralamat di Jl. Dagen No.109, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271.
3. Waktu Penelitian dilakukan selama bulan Desember 2018 sampai dengan Januari 2019

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Ibis Styles Yogyakarta, dimana penelitian ini menggunakan sampel 100 responden yang pernah menginap maupun menikmati pelayanan di Hotel Ibis Styles Yogyakarta. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

**5.1.1** Hasil demografik profil responden diperoleh bahwa untuk karakteristik responden berdasarkan gender yang paling banyak adalah responden wanita dengan 51 responden (51%) dan yang berikutnya responden pria sebanyak 49 responden (49%), karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak sebagai pelajar sebanyak 57 responden (57%) dan yang paling sedikit sebagai pekerjaan wiraswasta sebanyak 5 responden (5%), karakteristik responden berdasarkan pendidikannya yang terbanyak adalah SMA dan yang paling sedikit adalah pendidikan S2 dan lain-lain sebanyak 7 responden (7%), dan untuk karakteristik responden berdasarkan usia terbanyak adalah usia 18-25 tahun dengan 42 responden (42%) dan yang paling sedikit adalah usia dibawah 17 tahun sebanyak 11 tahun.

**5.1.2** Hasil analisis regresi linier berganda dapat menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta, yang berarti bahwa jika pihak Hotel Ibis Styles Yogyakarta semakin baik dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen

hotel. Sedangkan untuk variabel citra merek berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Styles Yogyakarta, yang berarti jika pihak Hotel Ibis Styles Yogyakarta meningkatkan citra merek hotelnya, maka tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen hotel secara signifikan. Hal ini dikarenakan konsumen hotel lebih mementingkan tentang kualitas pelayanan yang diperoleh dari Hotel Ibis Styles Yogyakarta.

## **5.2 Keterbatasan**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian agar bermanfaat pada penelitian mendatang. Keterbatasan dapat dijelaskan berikut ini:

- 1) Jumlah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 orang responden dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.
- 2) Kuesioner yang disebar oleh peneliti memiliki jawaban yang bersifat tertutup, sehingga responden menjawab dengan terbatas.
- 3) Peneliti melakukan penelitiannya pada satu hotel, sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk mengeneralisasikan variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen bagi seluruh industri perhotelan.
- 4) Penelitian ini hanya meneliti dua variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, citra pelayanan, sedangkan variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen masih sangat banyak

## **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan saran terkait penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Hotel Ibis Styles Yogyakarta serta bagi peneliti selanjutnya.

### **5.3.1 Saran bagi Hotel Ibis Styles Yogyakarta**

Kualitas pelayanan yang diberikan pihak Hotel Ibis Styles Yogyakarta kepada konsumen perlu selalu ditingkatkan dan diperbaharui, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah:

- a. Membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui event-event menarik yang diadakan ketika musim tertentu seperti lebaran, natal, tahun baru dan lain-lain, untuk memberikan kesan dan pelayanan yang menarik bagi konsumen.
- b. Dekorasi yang bervariasi didalam hotel sesuai dengan musim yang berjalan agar pelanggan menjadi lebih merasa kerasan menginap.
- c. Pelatihan pelayanan kepada setiap bagian staff yang langsung berhubungan dengan konsumen juga harus diperhatikan dan terus menerus, agar Hotel Ibis Styles Yogyakarta tetap mampu bersaing dengan hotel lainnya.

### **5.3.2 Saran bagi peneliti selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

- a. Membuat penelitian mengenai loyalitas konsumen dibidang atau industri perhotelan, dengan mengeksplorasi pengaruh variabel terhadap kepuasan konsumen sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal.
- b. Perlu melakukan pengkajian yang mendalam mengenai variabel-variabel bebas pada penelitian ini maupun pada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen suatu hotel.

- c. Data primer yang diperoleh dari responden penelitian melalui kuesioner sebaiknya lebih dari 100 responden, agar lebih valid dan dapat mengeneralisasikan jawaban kepada seluruh responden.
- d. Pernyataan yang diberikan kepada responden sebaiknya berupa pernyataan tertutup dan pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban yang diberikan responden lebih obyektif dan sesuai dengan keadaan responden.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Joachimstahler. 2000. *Management Marketing*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Aaker, David A., 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of Brand Name*, New York: The Free Press.
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta: Effendi Arif.
- Furchan. 2007. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto. 1995. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.
- Bahar, Taslim, Kusbiantoro, Tamim dan Frazilla. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Penggunaan Moda Angkutan Umum Informal*. Simposium XII FSTPT, Universitas Kristen Petra Surabaya, 14 November 2009.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto & Sitinjak, Toni. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fadillah, Firda dan Hartiwi., *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Diva Karaoke*, Skripsi. Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- Gedalia, Catherina C., 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 3. No. 1
- Ghozali, Imam, 2005. *Perpaduan dan Pengenalan SPSS Bagi Pemula*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. Cetakan keenam. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://jenishotel.info/daftar-hotel-bintang-3-di-jogja-harga-murah> diakses pada 22 Februari 2019 pukul 11.03 WIB
- <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/> diakses pada 22 Februari 2019 pukul 10.45 WIB
- Harrison Shirley. 1995. *Marketers Guide to Public Relations*. New York: John Willy and Son.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Press.
- Farida Jasfar. (2002). *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Lembaga.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management: The Millenium Edition*. Upperb Saddle River, N.J.: Prentice-Hall International, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight from A to Z: 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Setiap Manajer*. Dialih bahasakan oleh: Anies Lastiati. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Lyhe, John F., 1996. *Cara Jitu memuaskan pelanggan*, Jakarta: Abdi tandur.
- Saputra, Falla Ilhami., 2013. *Kualitas Pelayanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol.2. No.1
- Sari, Rita Novita., 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Hypermarket Mall Samarinda Central Plaza di Samarinda*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 4. No. 1
- Sekaran, Uma. 2009, *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sinaga, Alfi Ranita., 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Riau, Pekanbaru.
- Sondakh, Conny., 2014. *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. 3. No. 1
- Sugiyono, Prof, Dr, 2006. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.



Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Tambokan, Feiby, Lotje, dan Yantje., *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 3. No. 3

Tjiptono. (2000). *Manajemen jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi offset.

Wibowo, Agung Edy. 2013. *SPSS dalam Perspektif Riset Bisnis*. Yogyakarta: Gava Media

Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mundur maju.

© UKDW