

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
BERBELANJA DI AREA MALIOBORO: STUDI PADA WISATAWAN
NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA**

Skripsi



Rian Lambok Simanjorang

NIM: 11110050

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGAJUAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
BERBELANJA DI DAERAH MALIOBORO : STUDI PADA WISATAWAN
NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Rian Lambok Simanjorang

NIM : 11110050

Program Studi : Manajemen

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

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
BERBELANJA DI DAERAH MALIOBORO : STUDI PADA WISATAWAN
NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA)**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

RIAN LAMBOK SIMANJORANG

11110050

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

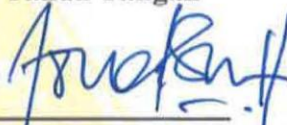

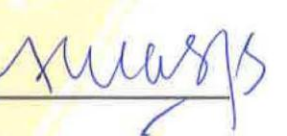
Universitas Kristen Duta Wacana

**Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 01 Juli 2019**

Dosen Penguji:

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

: 
: 
: 

Yogyakarta 9 Juli 2019

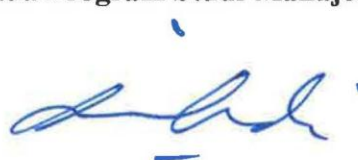
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Singgih Santoso, MM.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN BERBELANJA DI AREA MALIOBORO STUDI PADA WISATAWAN NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Binis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 5 - 2 - 2019



Rian Lambok Simanjourang 11110050

MOTTO

**“ HIDUP SELALU MEMBERIMU KESEMPATAN KEDUA,
BERSYUKURLAH UNTUK HARI INI DAN LAKUKAN YANG
TERBAIK UNTUK HARI ESOK “**

Selama masih ada impian, harapan akan selalu ada. Selama masih ada harapan, kebahagiaan pasti akan di dapat

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Bapak Hotdin simanjorang dan Ibu Henny Situngkir

Jeffri Simanjorang, Adik-Adik dan Keluarga Besar Smanjorang

Dosen Dra. Purwani Retno A, Dra, MM , M.M.

Para Sahabat (Biawak Team)

Erick Edgar, Kevin Belito, Helena Nathasya, Donny Andira Sihombing, Nelson Nababan, Bayu Fajar, Josua Hutabarat, Andrew Siregar, Nando Sembiring, Megaria Purba, Santi Situmorang, Kevin Sirait, Jesi Sitinjak, Rio Banjarnahor, Leo Sitinjak, Boy Sinaga, Karol Manalu, Bastian, Juan Sigiros, Anwar Ambarita

Almermater UKDW

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Berbelanja di Area Malioboro Studi Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung Ke Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasihNya yang tidak berkesudahan.
2. Dra Purwani Retno A, Dra, MM, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
3. Bapak dan Mama tercinta yang sangat luar biasa memberikan dukungan, kasih sayang dan kepercayaan kepada saya selama ini..

4. Sahabat-sahabat dan teman-teman saya terkasih yang selalu ada dan selalu menyemangati saya.
5. Seluruh keluarga besar Perkam Family dan Fedcom yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
6. Dinas Pemerintahan terkait yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kota Yogyakarta.
7. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

© UKDW

Yogyakarta, 5 – 2 - 2019

Penulis

Rian Lambok Simanjorang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGAJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Persepsi Harga	6
2.2. Produk	7
2.3. Fasilitas.....	9
2.4. Akses atau keterjangkauan	10
2.5. Kepuasan	11
2.5.1. Pengertian Kepuasan.....	11
2.5.2. Kepuasan Wisatawan	11

2.5.3.	Faktor utama dalam meningkatkan kepuasan	13
2.5.4.	Elemen dan jenis kepuasan konsumen	14
2.5.5.	Pengertian Pariwisata	16
2.5.6.	Penelitian Terdahulu	17
2.5.7.	Kerangka Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Data Penelitian	20
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.3	Defenisi Operasional Variable dan Pengukuran.....	22
3.3.1	Variabel Penelitian	22
3.3.2	Pengukuran Variabel.....	27
3.4	Metode Analisis Data	28
3.4.1	Uji Validitas	28
3.4.2	Uji Reliabilitas	29
3.4.3	Analisis Deskriptif	30
3.4.4	Koefisien Determinasi (r^2).....	30
3.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian	35
4.1.1	Uji Validitas	35
4.1.2	Analisis Reliabilitas	38
4.2	Analisis Deskriptif.....	38
4.2.1	Analisis Profil Responden.....	38
4.2.2	Jenis Kelamin	39
4.2.3	Usia	40
4.2.4	Pengeluaran Per Bulan	41
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2.6	Frekuensi	43

4.3	Pengujian Hipotesis	44
4.3.1	Analisis Linear Regresi Berganda.....	44
4.3.2	Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.3.3	Analisis Uji Signifikansi Secara Simultan (F test).....	46
4.3.4	Analisis Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	48
4.4	Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.1.1	Profil Responden.....	57
5.1.2	Hasil Uji Hipotesis	58
5.1.3	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.2	Saran	60
5.2.1	Saran Bagi Penjual Malioboro.....	60
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Pengukur Variabel	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	39
Tabel 4.4 Usia	40
Tabel 4.5 Pendapatan Per Bulan	41
Tabel 4.6 Pekerjaan	42
Tabel 4.7 Berkunjung	43
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.10 Hasil Uji f	47
Tabel 4.11 Hasil Uji t	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	18

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Uji Validitas dan Reliability
Lampiran 3	Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 4	Gambar Kartu Konsultasi
Lampiran 5	Gambar Lembar Revisi
Lampiran 6	Gambar Halaman Persetujuan

©UKD W

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan terdiri dari pulau-pulau yang terbagi beberapa provinsi-provinsi yang banyak memiliki potensial keindahan dan budaya-budaya. Hal tersebut menunjang negara Indonesia dikenal oleh dunia, karena banyak memiliki objek wisata yang menarik dan indah untuk di kunjungi atau dinikmati oleh berbagai wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Sehubungan dengan itu, objek wisata alam dan wisata budaya dimiliki oleh negara Indonesia seperti pantai, pegunungan, candi-candi dan masih banyak lagi yang tersebar di Indonesia yang perlu dikembangkan dan dilestarikan.

Yogyakarta adalah Daerah Istimewa setingkat provinsi di Indonesia yang merupakan Negara Kesultanan Yogyakarta dan Negara Kadipaten Paku Alaman. Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di bagian selatan Pulau Jawa, dan berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah dan Samudera Hindia. Yogyakarta memiliki aksesibilitas yang sangat mendukung dalam perkembangan pariwisata Yogyakarta memiliki bandara internasional Adi Sucipto dan 2 satasiun yang mendukung wisatawan baik domestik dan mancanegara untuk datang ke Yogyakarta.

Potensi wisata yang terdapat di Yogyakarta antara lain : museum, candi-candi, tempat berjarah, tempat besejarah. Salah satu contohnya adalah malioboro. Malioboro adalah nama salah satu jalan yang berada di pusat kota Yogyakarta.

Jalan Malioboro adalah nama salah satu jalan dari tiga jalan di Kota Yogyakarta yang membentang dari Tugu Yogyakarta hingga ke perempatan Kantor Pos Yogyakarta. Secara keseluruhan terdiri dari Jalan Pangeran Mangkubumi, Jalan Malioboro dan Jalan Jend. A. Yani. Jalan ini merupakan poros Garis Imajiner Kraton Yogyakarta.

Malioboro adalah salah satu objek wisata yang komersial di Yogyakarta, karena di dalamnya terdapat kraton, tugu Yogyakarta, titik nol KM Yogyakarta, museum benteng Vredeburg, wisata malam alun-alun selatan, pasar Brinjarjo, pusat oleh dan kerajinan, penginapan dan taman pintar. Semua tempat yang terdapat di dalam Malioboro mendukung untuk mendatangkan wisatawan dari berbagai aspek umur, kalangan, domestik dan mancanegara. Hal ini membuat Malioboro tidak pernah kehabisan wisatawan sepanjang tahun setiap tahunnya, yang membuat potensi pendapatan daerah pun meningkat. Banyaknya wisatawan yang datang menjadi tolak ukur pemerintah daerah dalam melihat kepuasan wisatawan yang datang di Malioboro.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Berbelanja di Area Malioboro : Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Yogyakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan penelitian ini adalah:

- 1) Apakah variabel persepsi harga mempengaruhi kepuasan berbelanja wisatawan nusantara di area belanja Malioboro ?
- 2) Apakah variabel produk mempengaruhi kepuasan berbelanja wisatawan nusantara di area belanja Malioboro?
- 3) Apakah variabel fasilitas yang tersedia mempengaruhi kepuasan berbelanja wisatawan nusantara di area belanja Malioboro?
- 4) Apakah variabel akses/keterjangkauan mempengaruhi kepuasan berbelanja wisatawan nusantara di area belanja Malioboro?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan berbelanja wisatawan di area belanja Malioboro.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan berbelanja wisatawan di area belanja Malioboro.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan berbelanja wisatawan di area belanja Malioboro.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh akses/keterjangkauan terhadap kepuasan berbelanja wisatawan di area belanja Malioboro.

1.4. Manfaat Penelitian

a) Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan teori dan memperluas wawasan dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

b) Bagi Pemda Kota Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Pemda kota Yogyakarta sebagai sumber informasi yang berguna dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan kawasan belanja di Malioboro.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap dapat dijadikan sebagai bahan untuk referensi dan tambahan kajian untuk penelitian berikutnya.

1.5. Batasan Penelitian

Untuk penelitian ini, dibuat batasan agar penelitian tidak melebar dan konsisten.

Adapun batasan penelitian yang adalah sebagai berikut:

1. Tempat penelitian : Kawasan Belanja di Sepanjang tepi Jalan Malioboro, yang terdiri atas para pedagang kaki lima di jalan tersebut.
2. Waktu penelitian : Januari – Mei 2019
3. Variabel penelitian
 - a. Variabel Independen (X) : persepsi harga, Produk, Fasilitas, Akses/Keterjangkauan
 - b. Variabel Dependen (Y) : Kepuasan belanja wisatawan
4. Responden : Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Yogyakarta dan Berbelanja di sepanjang jalan Malioboro Yogyakarta.
5. Jumlah Responden : 100 Responden

BAB V

KESIMPULAN KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

5.1.1 Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan yang Berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta adalah sebagian besar responden yang berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 57 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 57%.
2. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan yang Berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta adalah sebagian besar yang berusia 17-20 tahun yaitu sebanyak 44 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 44%.
3. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan yang Berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 74 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 74%.
4. Berdasarkan pendapatan, dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan yang Berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta adalah sebagian besar

yang mengeluarkan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 40 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 40%.

5. Berdasarkan yang mengunjungi Malioboro, dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan yang Berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta adalah sebagian besar yang mengunjungi dalam jangka waktu 1 bulan yaitu sebanyak 2 kali responden dengan jumlah prosentase sebesar 43%

5.1.2 Hasil Uji Hipotesis

1. Persepsi harga memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan berbelanja. Secara parsial, variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta.
2. Produk memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan berbelanja. Secara parsial, variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta.
3. Fasilitas memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan. berbelanja. Secara parsial, variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta
4. Akses/keterjangkauan memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan berbelanja. Secara parsial, variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta.

- .5. Persepsi harga, produk, fasilitas, dan akses/keterjangkauan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja ke area Malioboro Yogyakarta. Karena variabel produk dan Akses/keterjangkauan dari hasil uji regresi linear dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja di area Malioboro Yogyakarta sedangkan variabel harga dan fasilitas dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan yang berbelanja di area Malioboro Yogyakarta.

5.1.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut, sebagai berikut:

1. Yang di teliti hanya dari 4 variabel ini yaitu persepsi harga, produk, fasilitas, dan akses/keterjangkauan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi kepuasan berbelanja di pengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak teliti.
2. Waktu dan sempel dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta.
3. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang jawabanya tertutup dan terbatas jawabannya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Penjual Malioboro

1. Para penjual harus bisa memberikan produk yang baik dan menarik, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam memilih produk yang ada di Malioboro.
2. Para penjual harus tetap memberikan harga yang terjangkau, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam memilih produk yang ada di Malioboro.
3. Para penjual harus tetap menjaga fasilitas yang dimilikinya dan harus dijaga, sehingga konsumen akan tetap merasa puas dalam menikmati fasilitas yang ada di Malioboro.
4. Para penjual harus bisa memberikan akses/keterjangkauan yang baik, sehingga konsumen akan merasa puas.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu persepsi harga, produk, fasilitas dan akses/keterjangkauan. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan wisatawan.
2. Jumlah sampel dan populasi dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang responden dan hanya dilakukan di kota Yogyakarta. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya harus lebih memperbanyak jumlah sampel dan memperluas populasi, sehingga hasil penelitian lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baharuddin, A. (2016) *Analisis kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata Malioboro kota Yogyakarta*. : Universitas Negeri Makasar.
- Giese, J. L., and J.A. Cote. (2000). *Defining customer satisfaction*. Academy of Marketing Science Review.
- Kotler, Phillip dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (terjemahan Jaka Wasana). Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Phillip. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Phillip. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Amstrong. (2003). *Dasar-dasar pemasaran, Jilid I, Edisi 9*, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : salemba Empat.
- Nurharyati, S. (2017). *Kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen Yogyakarta* : Universitas PGRI Yogyakarta.
- Sriyadi. (1991). *Bisnis Pengantar Perusahaan Modren*. Semarang : IKKP Press.
- Teguh, R. (2015). *Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen Malang* : Universitas Brawijaya Malang.
- Wahjono. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu. Yogyakarta.