



The Effect of Service Quality and Location on Customer Satisfaction at Serdika Pavilion Lodging, Berastagi

Iorina Nerangisa Br Ginting^{1*}, Ingan Ukur Br Sitepu², Benni Purba³

Universitas Quality Berastagi

Corresponding: Iorina Nerangisa Br Ginting iorinanerangisa@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Quality of Service, Location, Customer Satisfaction

Diterima: 19, May

Direvisi: 20, June

Disetujui: 30, July

©2026 Ginting, Sitepu, Purba: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](#).

[Creative Commons Attribution 4.0 International](#).



A B S T R A C T

This study aims to analyze the influence of service quality and location on customer satisfaction at the Serdika Pavilion Berastagi Inn, both partially and simultaneously. The variables studied include service quality (X_1), location (X_2), and customer satisfaction (Y). This study uses a quantitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted by distributing a questionnaire using a Likert scale to 92 respondents selected from a population of 1,201 customers in 2024 using the Slovin formula. Data analysis was performed using multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results of the study indicate that service quality and location have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination of 78.6%. These findings suggest that improving service quality, supported by a strategic location, plays a crucial role in enhancing customer satisfaction at the Serdika Pavilion Berastagi Inn.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi

Iorina Nerangisa Br Ginting^{1*}, Ingan Ukur Br Sitepu², Benni Purba³

Universitas Quality Berastagi

Penulis korepondensi: Iorina Nerangisa Br Ginting iorinanerangisa@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

Diterima: 19, Mei

Direvisi: 20, Juni

Disetujui: 30, Juli

©2026 Ginting, Sitepu, Purba: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons](#)

[Atribusi 4.0](#)

[Internasional](#).



A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi, baik secara parsial maupun simultan. Variabel yang diteliti meliputi kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada 92 responden yang dipilih dari populasi sebanyak 1.201 pelanggan tahun 2024 dengan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, uji t , uji F , dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 78,6%. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang didukung oleh lokasi yang strategis berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

PENDAHULUAN

Industri jasa penginapan di kawasan destinasi wisata terus menunjukkan perkembangan yang signifikan, termasuk di Kecamatan Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Perkembangan tersebut berdampak pada meningkatnya tingkat persaingan di antara penyedia layanan akomodasi. Oleh karena itu, setiap pengelola penginapan dituntut untuk mampu menghadirkan pelayanan yang berkualitas serta didukung oleh lokasi usaha yang strategis sebagai upaya meningkatkan kepuasan sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan jasa, karena pengalaman yang memuaskan selama memanfaatkan layanan akan mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lainnya. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tercermin melalui sikap ramah karyawan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, ketepatan penyampaian informasi, serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut (Cholis, 2023), kualitas pelayanan merupakan aspek yang harus menjadi perhatian utama perusahaan karena seluruh bentuk layanan yang diterima pelanggan selama menggunakan jasa akan memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan. Sejalan dengan pendapat tersebut, (Akakip, 2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diharapkan pelanggan dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, lokasi merupakan salah satu faktor yang berperan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ketika menentukan pilihan penginapan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, didukung oleh sarana transportasi yang memadai, serta berada di dekat objek wisata maupun fasilitas umum akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan selama menggunakan jasa penginapan. Menurut (Mutianisa, 2024), penentuan lokasi usaha memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan bisnis karena berkaitan dengan kemudahan pelanggan dalam mengakses layanan sekaligus memengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing. Penginapan Serdika Pavilion Berastagi merupakan salah satu penyedia jasa akomodasi yang berlokasi di kawasan wisata Berastagi dan melayani wisatawan yang berkunjung ke berbagai destinasi, seperti Bukit Gundaling, Taman Alam Lumbini, dan Gunung Sibayak. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, penginapan ini menyediakan berbagai fasilitas, antara lain kamar yang dilengkapi kamar mandi pribadi, akses internet (*Wi-Fi*), area parkir, serta layanan resepsionis.

Meskipun demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian. Dari sisi kualitas pelayanan, ditemukan adanya keterlambatan dalam proses pelayanan, kondisi beberapa fasilitas yang belum terpelihara secara optimal, serta penyampaian informasi mengenai fasilitas penginapan yang masih terbatas. Sementara itu, dari aspek lokasi, masih dijumpai beberapa kendala, seperti kurangnya

petunjuk arah menuju penginapan, akses menuju lokasi yang belum sepenuhnya memadai, serta kapasitas area parkir yang relatif terbatas.

Permasalahan tersebut berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang tercermin dari perubahan jumlah pengunjung Penginapan Serdika Pavilion Berastagi sepanjang tahun 2024. Berdasarkan data kunjungan, jumlah pelanggan menunjukkan pola yang berfluktuasi dengan kecenderungan mengalami penurunan pada beberapa bulan terakhir. Jumlah pengunjung yang tercatat sebanyak 111 orang pada Januari menurun menjadi 50 orang pada Desember 2024. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya permasalahan yang perlu dikaji lebih mendalam untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan lokasi penginapan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa, khususnya pada sektor usaha penginapan skala menengah yang beroperasi di kawasan wisata. Kebaruan penelitian terletak pada pemilihan objek penelitian, yaitu Penginapan Serdika Pavilion Berastagi, yang memiliki karakteristik persaingan usaha, kondisi lokasi, serta karakteristik pelanggan yang berbeda dengan penginapan yang berada di wilayah perkotaan. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak pengelola dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan lokasi guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi, baik secara parsial maupun secara simultan.

TINJUAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi, terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, termasuk usaha penginapan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Menurut (Marwiyah, 2023:43), kualitas pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas ditunjukkan melalui sikap yang ramah, etika pelayanan yang baik, serta kemampuan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan sebagai penerima jasa. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelum memperoleh layanan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sebagai baik dan memuaskan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima berada di bawah harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan akan dinilai kurang baik sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan (Ilahi, 2022).

Kualitas pelayanan terdiri atas beberapa unsur penting, meliputi kesesuaian layanan dengan kebutuhan pelanggan, kemampuan layanan dalam menjalankan fungsi sebagaimana yang diharapkan, adanya upaya perbaikan kualitas secara berkesinambungan, serta konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bebas dari kekurangan. Unsur-unsur tersebut berperan dalam membentuk pengalaman positif yang dirasakan pelanggan selama menggunakan jasa (Devra, 2024:17). Sementara itu, (Natsir, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap tingkat keunggulan suatu jasa dengan membandingkan harapan sebelum menggunakan layanan dan pengalaman yang diperoleh setelah menerima pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor strategis yang perlu diperhatikan perusahaan karena berperan dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

b. Prinsip Kualitas Pelayanan

Prinsip kualitas pelayanan merupakan pedoman dasar dalam penyelenggaraan layanan yang efektif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Baik organisasi di sektor publik maupun sektor swasta dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang tidak hanya sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna jasa. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menjadi faktor penting dalam mendukung terciptanya pelayanan yang berkualitas dan berkelanjutan. Menurut (Natsir, 2022), terdapat beberapa prinsip yang menjadi dasar dalam mewujudkan kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kepemimpinan yang berorientasi pada strategi (*strategic leadership*).
- 2) Pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia.
- 3) Perencanaan yang sistematis.
- 4) Evaluasi atau *review* secara berkala.
- 5) Komunikasi yang efektif.
- 6) Pemberian penghargaan dan pengakuan (*total human reward*).

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan hasil dari berbagai faktor yang saling berhubungan dan tidak terbentuk secara instan. Faktor-faktor tersebut memengaruhi kemampuan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan sekaligus menjaga konsistensi mutu layanan yang diberikan. Oleh karena itu, organisasi perlu memperhatikan setiap aspek yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal. Menurut (Jatmiko, 2024:196), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kinerja pelayanan.
- 2) Ekspektasi pelanggan.
- 3) Faktor kontekstual dan situasional.
- 4) Karakteristik pelanggan.
- 5) Standar dan tolak ukur industri.
- 6) Konsistensi serta keandalan dalam penyampaian pelayanan.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan merupakan seperangkat ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan suatu layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Melalui indikator tersebut, perusahaan dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan sekaligus mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut (Zaini, 2022), kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima indikator utama, yaitu:

- 1) Keberwujudan (*tangible*).
- 2) Keandalan (*reliability*).
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*).
- 4) Jaminan (*assurance*).
- 5) Empati (*empathy*).

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memengaruhi keputusan pelanggan ketika memilih suatu tempat, termasuk pada usaha jasa akomodasi seperti Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Pemilihan lokasi yang tepat dapat memberikan kemudahan akses bagi pelanggan serta meningkatkan daya tarik suatu usaha. Menurut (Musdalifa, 2022:13), lokasi usaha merupakan tempat berlangsungnya kegiatan bisnis yang memiliki pengaruh terhadap minat konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Sementara itu, (Halim, 2024:61) menjelaskan bahwa lokasi berkaitan dengan proses penentuan dan pengelolaan saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan produk atau jasa kepada pasar sasaran, sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi secara efektif.

b. Jenis-Jenis Lokasi

Lokasi usaha dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan fungsi, karakteristik, serta tujuan yang ingin dicapai oleh suatu kegiatan bisnis. Pengelompokan lokasi tersebut membantu perusahaan dalam menentukan posisi usaha yang sesuai dengan kebutuhan operasional maupun target pasar. Menurut (Riadi, 2022), jenis-jenis lokasi terdiri atas:

- 1) Lokasi absolut.
- 2) Lokasi relatif.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi merupakan salah satu keputusan strategis yang harus dipertimbangkan secara matang oleh setiap organisasi atau pelaku usaha. Penentuan lokasi yang tepat dapat memengaruhi efektivitas kegiatan operasional, meningkatkan daya tarik usaha di mata konsumen, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis secara optimal. Oleh karena itu, pemilihan lokasi menjadi salah satu aspek penting dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Menurut (Munawar, 2023:79), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pemilihan lokasi usaha, yaitu:

- 1) Faktor demografi.
- 2) Intensitas persaingan bisnis.
- 3) Kualitas persaingan.

- 4) Ketersediaan usaha atau bisnis penunjang.
- 5) Tingkat keamanan lingkungan.
- 6) Penerimaan masyarakat terhadap keberadaan usaha.

d. Indikator Lokasi

Menurut (Suryati dan Rahmat dalam Halim, 2024:62), lokasi usaha dapat diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan kemudahan akses dan daya dukung lingkungan terhadap kegiatan bisnis. Indikator-indikator tersebut meliputi:

- 1) Akses, yaitu kemudahan lokasi untuk dijangkau karena berada pada jalur yang sering dilalui serta didukung oleh sarana transportasi yang memadai.
- 2) Visibilitas, yaitu tingkat kemudahan lokasi untuk dilihat secara jelas dari jarak pandang yang normal sehingga memudahkan pelanggan dalam menemukan tempat usaha.
- 3) Ketersediaan area parkir, yaitu tersedianya fasilitas parkir yang cukup luas, aman, dan nyaman untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 4) Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan di sekitar lokasi yang mampu mendukung aktivitas usaha. Sebagai contoh, usaha yang berlokasi di dekat kawasan permukiman, rumah kos, asrama, kampus, sekolah, maupun perkantoran berpotensi memiliki peluang pasar yang lebih besar.
- 5) Persaingan, yaitu keberadaan usaha sejenis di sekitar lokasi. Dalam menentukan lokasi usaha, perlu dipertimbangkan jumlah dan kondisi pesaing yang berada pada kawasan yang sama karena dapat memengaruhi daya saing perusahaan.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi yang menggambarkan tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Kepuasan akan tercapai apabila produk atau jasa yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan menjadi salah satu ukuran penting dalam mengevaluasi keberhasilan perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai serta memberikan pengalaman yang positif kepada konsumen.

Menurut (Hartutik, 2024:176), kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu produk maupun layanan. Kepuasan tersebut muncul sebagai respons emosional berupa perasaan senang atau kecewa setelah pelanggan membandingkan kinerja atau hasil yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Sejalan dengan pendapat tersebut, (Anwar, 2024:14) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul sebagai hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan ekspektasi pelanggan. Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan apabila

kinerja berada di bawah harapan, tingkat kepuasan pelanggan cenderung menurun.

b. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Bachmid (2023:29), kepuasan pelanggan memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, meningkatnya peluang terjadinya pembelian ulang, tumbuhnya loyalitas pelanggan, munculnya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang bersifat positif, meningkatnya citra atau reputasi perusahaan, serta menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Senada dengan pendapat tersebut, (Surti, 2020) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan dampak positif berupa terciptanya hubungan yang baik dengan pelanggan, meningkatnya loyalitas pelanggan, berkembangnya rekomendasi positif kepada calon pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, serta berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan atau laba perusahaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, serta mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Penerapan pelayanan yang profesional, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan akan menciptakan pengalaman yang positif sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Jumadi, 2022:141), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) produk atau jasa dalam memenuhi harapan yang dimiliki.
- 2) Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan mereka.
- 3) Pelanggan akan merasa sangat puas apabila kinerja produk atau jasa mampu melampaui harapan yang diharapkan sebelumnya.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan penilaian pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diterima. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut (Fadhli, 2021), indikator kepuasan pelanggan meliputi:

- 1) Kualitas produk yang dihasilkan.
- 2) Kualitas pelayanan yang diberikan.
- 3) Harga produk.
- 4) Kemudahan pelanggan dalam mengakses produk.
- 5) Cara atau strategi perusahaan dalam mengiklankan produk.

4. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih memerlukan pembuktian melalui proses pengujian empiris. Hipotesis disusun berdasarkan landasan teori, hasil penelitian

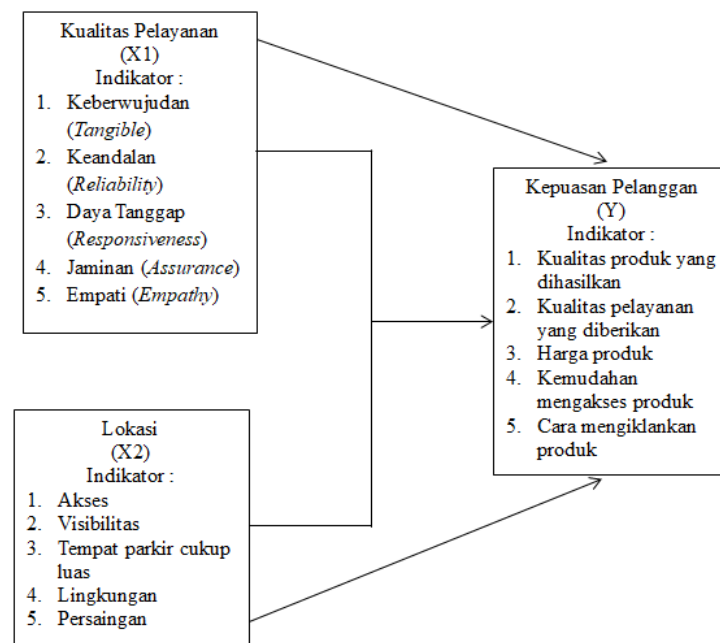
terdahulu, serta kerangka pemikiran yang telah dikembangkan, sehingga berfungsi sebagai dasar dalam menganalisis hubungan antarvariabel penelitian. Pada penelitian ini, hipotesis dirumuskan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Parsial

- a. H_0 : Kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.
- b. H_1 : Kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

2. Hipotesis Simultan

- a. H_0 : Kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.
- b. H_1 : Kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODOLOGI PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Penginapan Serdika Pavilion Berastagi yang beralamat di Jalan Perwira Nomor 227, Kelurahan Gundaling I, Kecamatan Berastagi, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Kegiatan penelitian berlangsung selama periode Oktober 2025 hingga Februari 2026. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran

kuesioner kepada pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi sebagai responden penelitian.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi selama tahun 2024 yang berjumlah 1.201 orang. Menurut (Sugiyono, 2020:80), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Adapun sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi serta digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error rate*) sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Sampel populasi

e = Batas toleransi kesalahan (tingkat kesalahan 10%)

Hasil perhitungan jumlah sampel menunjukkan nilai sebesar 92,313 responden. Karena jumlah sampel harus dinyatakan dalam bilangan bulat, maka nilai tersebut dibulatkan menjadi 92 responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

3. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilaksanakan secara sistematis, terencana, dan terstruktur mulai dari tahap perumusan masalah hingga penyusunan desain penelitian. Melalui pendekatan ini, setiap tahapan penelitian dirancang secara jelas agar proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data dapat dilakukan secara objektif sesuai dengan tujuan penelitian.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis sehingga memudahkan proses pengolahan dan analisis data. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan meliputi observasi, kuesioner, dan wawancara. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi objek penelitian serta lingkungan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data dengan menerapkan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1) (Sugiyono, 2020). Selain itu, wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data pendukung melalui proses tanya jawab dengan responden guna memperoleh informasi yang belum terakomodasi dalam kuesioner.

5. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2020:455), validitas menunjukkan tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi yang sebenarnya pada objek penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya apabila digunakan secara berulang. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan koefisien *alfa Cronbach*. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, instrumen yang telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dinilai layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

6. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan analisis sehingga mampu menghasilkan estimasi yang akurat dan tidak bias. Dalam penelitian ini, pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residu pada model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* pada tingkat signifikansi 5% yang diolah melalui bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan mengamati pola penyebaran titik pada grafik *Scatter Plot*. Apabila titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Pada penelitian ini, metode regresi linear berganda diterapkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Model hubungan antarvariabel tersebut dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan pelanggan
- a = Koefisien regresi kualitas pelayanan
- b = Koefisien regresi lokasi
- X_1 = Kualitas pelayanan
- X_2 = Lokasi
- e = *Error term*

8. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji F. Uji t bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan lokasi, terhadap variabel dependen berupa kepuasan pelanggan secara parsial. Suatu variabel dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya, uji F digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka kedua variabel independen secara simultan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) pada Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Data penelitian diperoleh dari 92 responden melalui penyebaran kuesioner.

- a. Kualitas Pelayanan (X_1): Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan, yang meliputi kebersihan fasilitas, penampilan karyawan, kecepatan pelayanan, keamanan, serta perhatian karyawan kepada pelanggan.
- b. Lokasi (X_2): Mayoritas responden menilai lokasi Penginapan Serdika Pavilion Berastagi mudah diakses, strategis, memiliki area parkir yang memadai, serta didukung lingkungan yang aman dan nyaman.
- c. Kepuasan Pelanggan (Y): Sebagian besar responden menyatakan puas terhadap layanan yang diberikan, yang tercermin dari penilaian terhadap fasilitas, kualitas pelayanan, kesesuaian harga, kemudahan memperoleh informasi, dan proses pemesanan kamar.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Nilai R_{hitung}	R_{tabel}
Kualitas Pelayanan (X1)	10	0,577 – 0,736	0,205
Lokasi (X2)	10	0,516 – 0,774	0,205
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,586 – 0,791	0,205

Sumber: Data primer hasil pengolahan menggunakan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X₁), lokasi (X₂), dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0,205. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,854	> 0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	0,866	> 0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,874	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer hasil pengolahan menggunakan SPSS, 2026

3. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan analisis. Pengujian meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria bahwa data dinyatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

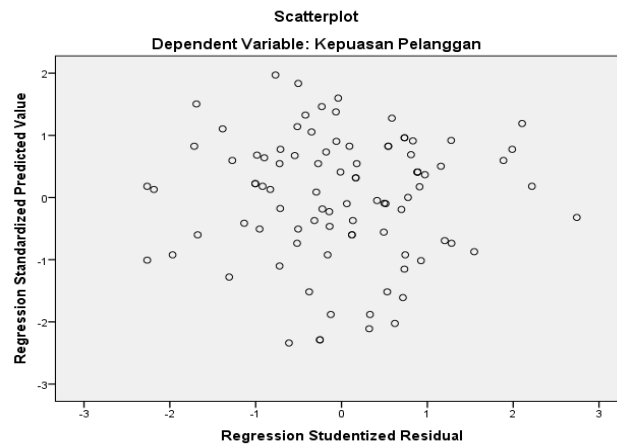
Pengujian	Nilai
N	92
Test Statistic	0,059

Sumber: Data primer hasil pengolahan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel, nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal sehingga telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan melalui grafik scatterplot.

Gambar 2. Grafik *Scatterplot*

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga memenuhi asumsi dan layak digunakan dalam analisis penelitian.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memenuhi kriteria tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t	Sig.
Konstanta	1,015	0,489	0,626
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,579	5,388	0,000
Lokasi (X_2)	0,397	3,885	0,000

Sumber: Data primer hasil pengolahan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan:

$$Y = 1,015 + 0,579X_1 + 0,397X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 1,015 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan lokasi diasumsikan bernilai nol, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 1,015.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,579 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,579, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,397 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Pengujian meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} sebesar 1,661 pada tingkat signifikansi 5%. Variabel dinyatakan berpengaruh apabila nilai $Sig. < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	5,388	1,661	0,000
Lokasi (X2)	3,885	1,661	0,000

Sumber: Data primer hasil pengolahan SPSS, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t_{hitung} 5,388 > 1,661 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, variabel lokasi (X2) memiliki nilai t_{hitung} 3,885 > 1,661 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel dinyatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.	Keterangan
163,831	3,10	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer hasil pengolahan SPSS, 2026

Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 163,831 > F_{tabel} 3,10 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,579, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,579 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 5,388 > t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan, yang meliputi keberwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, mampu meningkatkan pengalaman positif sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Muhammad Anwar, 2022) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena kemudahan akses, kenyamanan lingkungan, dan letak yang strategis dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,397, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,885 > t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, visibilitas, ketersediaan fasilitas parkir, kondisi lingkungan, serta tingkat persaingan lokasi merupakan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Petrus Sukrani Wulandari, 2024) yang menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan lokasi merupakan dua faktor yang secara simultan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penerapan pelayanan yang berkualitas, didukung oleh lokasi yang strategis, dapat meningkatkan kenyamanan serta menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik bagi pelanggan. Berdasarkan hasil uji F , diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 163,831 > F_{tabel} 3,10 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Selain itu, hasil uji koefisien

determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,786, yang berarti kualitas pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 78,6%, sedangkan sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan yang didukung oleh lokasi yang strategis merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Penginapan Serdika Pavilion Berastagi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Petrus Adrian, 2025), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

- a. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,579 dan koefisien regresi lokasi sebesar 0,397. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan lokasi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan.
- a. Secara parsial, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui uji t, di mana kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 5,388 > 1,661$ dan lokasi memiliki nilai $t_{hitung} 3,885 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$.
- b. Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} 163,831 > 3,10$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
- c. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan sebesar 78,6% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
- d. Bagi Penginapan Serdika Pavilion Berastagi: Pengelola penginapan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan serta mempertahankan keunggulan lokasi yang strategis melalui pengembangan fasilitas dan penataan lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
- e. Bagi Pelanggan: Pelanggan diharapkan memberikan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat konstruktif sebagai bahan evaluasi dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas penginapan.
- f. Bagi Peneliti Selanjutnya: Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, P. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Mathilda. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(5).
- Ahmad, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja keuangan pada UKM Kota Gorontalo dan kompetensi sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Akkip, F. E. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*.
- Anwar, F. I. (2024). *Mengoptimalkan kualitas pelayanan*. Jawa Barat: CV Mega Press Nusantara.
- Anwar, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Daima Norwood Hotel. *Jurnal Sosial dan Sains*.
- Bachmid, S. (2023). *Dimensi kualitas pelayanan di perguruan tinggi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Cholis, M. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2).
- Dedy, A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1).
- Devra, D. D. (2024). *Manajemen pelayanan publik*. Pekanbaru: CV Bravo Press Indonesia.
- Fadhli, K. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosi terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Halim. (2024). *Pemasaran internasional*. Jakarta: CV Merdeka Kreasi.
- Hartutik, E. (2024). *Kualitas pelayanan dalam menjamin kepuasan pelanggan*. Jawa Barat: Widina Media Utama.
- Ilahi, A. A. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1).
- Jatmiko, R. D. (2024). *Kualitas layanan dan kualitas produk adalah keunggulan bersaing*. Malang: UMMPRESS.

- Jumadi. (2022). *Manajemen pemasaran terpadu: Upaya mewujudkan loyalitas*. Jawa Tengah: CV Sarnu Untung.
- Marwiyah, S. (2023). *Strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan publik di era digitalisasi*. Jakarta: Grafindo.
- Munawar, A. (2023). *Buku ajar ilmu ekonomi dan bisnis*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Musdalifa, D. F. (2022). *Tuntunan praktis membuat pemetaan lokasi penduduk menggunakan GPS berbasis Android*. Bandung: Buku Pedia.
- Mutianisa, R. (2024). Pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 1(2).
- Natsir, U. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT Daya Anugrah Mandiri Parepare. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(4).
- Priyatno, D. (2020). *SPSS 22 pengolahan data terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Putra, T. R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Maumu Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Riadi, M. (2022). Lokasi usaha (pengertian, tujuan, jenis, aspek dan faktor pemilihan). *Kajianpustaka.com*.
- Sarmawan, I. W. G. (2024). *Manajemen operasional teori dan empiris*. Bandung: CV Intelektual Manifes Media.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyo, T. D. (2024). Pengaruh lokasi strategis dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada RedDoorz Near CBD Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. *Jurnal Bisnis Hospitality*.
- Surti, I. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Scientific Journal of Reflection*.
- Susilo, A. (2024). *Strategi meningkatkan behavior loyalty, service quality, customer satisfaction, customer trust pada konsumen koperasi*. Jakarta: Zifatama Jawa.

- Utam, A. A. (2025). Pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan tempat terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Digital dan Pemasaran Digital (JMPD)*.
- Wulandari, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Villa Kampoeng Anda. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Zaini, A. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan). *Journal of Economics and Islamic Business*.