

PENGARUH *ONLINE REVIEW* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

I Made Surya Prayoga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: prayogamade@unmas.ac.id

ABSTRAK

Keputusan menginap adalah keputusan yang diambil konsumen, dalam hal ini tamu, untuk memilih hotel yang dirasa mampu memenuhi kebutuhannya sebagai tempat menginap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online review* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu menginap.

Populasi penelitian adalah seluruh tamu yang pernah menginap di Bali. Sampel yang digunakan sebanyak 117 orang responden yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online review* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya dapat dapat memodifikasi model penelitian ini dengan menambahkan atau mengembangkan indikator maupun variabel lain. Hal ini didasari dengan pertimbangan bahwa determinan dari keputusan tamu menginap cukup banyak dan berbeda.

Kata kunci : *online review*, kualitas pelayanan, keputusan menginap

ABSTRACT

The decision to stay is a decision taken by the consumer, in this case the guest, to choose a hotel that is deemed capable of fulfilling their needs as a place to stay. This study aims to determine the effect of online reviews and service quality on guest decisions to stay at Bali.

The study population was all guests who had stayed at Bali. The sample used was 117 respondents who were determined based on purposive sampling technique. The data analysis technique used to test the deep hypothesis is multiple linear regression analysis.

The results showed that online reviews and service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. Future research can modify this research model by adding or developing indicators or other variables. This is based on the consideration that the determinants of guest decisions to stay are quite many and different.

Keywords: *online review*, service quality, decision to stay

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor andalan dan prioritas utama penghasilan devisa. Pariwisata berkontribusi besar terhadap pertumbuhan budaya, peningkatan ekonomi, dan juga kesejahteraan sosial masyarakat. Tidak heran pertumbuhan sektor pariwisata terus dioptimalkan secara masif. Beraneka ragam sumber daya pariwisata dikembangkan menjadi daya tarik wisata potensial, baik yang berbasis alam, budaya sejarah, bahkan agama. Keanekaragaman sumber daya pariwisata mendorong terciptanya pelayanan pariwisata pada berbagai aspek. Oleh karena itu industri perhotelan menjadi salah satu tulang punggung pendukung pembangunan sektor pariwisata. Banyak sekali kontribusi industri perhotelan yang berimplikasi terhadap suatu daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan datang ke daerah tersebut. Suatu daerah tujuan wisatawan tentunya akan dikunjungi oleh wisatawan dan wisatawan tentu saja membutuhkan tempat menginap. Disinilah hubungan hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung. dengan kata lain, akomodasi perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata. Tanpa kegiatan kepariwisataan dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh. Sebaliknya jika pariwisata tanpa hotel merupakan suatu hal yang tidak mungkin, apalagi berbicara pariwisata sebagai suatu industri.

Sejumlah keunggulan tersebut mampu mendongkrak jumlah tamu yang menginap di dream Candidasa anyar. Namun berdasarkan data *room statistic* Dream Candidasa dari tahun 2017-2019 justru mengindikasikan adanya penurunan. Namun salah satu faktor yang dinilai paling berpengaruh adalah faktor gempa bumi. Ini sesuai dengan pernyataan BPS (2018) dilansir dari situs KataData Indonesia bahwa usai gempa jumlah wisatawan yang berkunjung anjlok hingga 69 persen, terutama kunjungan wisatawan mancanegara.

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen mengenai masalah, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan juga *process* sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah

segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa *response* yang muncul produk apa yang akan dibeli

Online review adalah hasil evaluasi produk yang diunduh dalam situs perusahaan atau situs pihak ketiga. *Online review* sangat penting bagi pihak

hotel untuk mengetahui ulasan para tamu mengenai kualitas hotel tersebut secara keseluruhan. Dengan *online review*, pihak hotel dapat mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan.

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang terpenting dalam menciptakan minat tamu menginap. Pelayanan yang berkualitas adalah standar pelayanan yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para tamu.

Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya, apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan hotel dalam sifatnya memenuhi harapan tamu secara konsisten. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Online Review* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan tamu Menginap**”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah *online review* dan

kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap

Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan pokok masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui *online review* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu menginap di Sari Gili Bungalow.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen adalah *Theory of Planned Behavior* atau TPB. TPB merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA adalah teori tindakan beralasan dengan satu keyakinan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Dalam TRA minat seseorang terhadap perilaku dibentuk berdasarkan dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Sementara dalam TPB, sikap terhadap perilaku dan norma subjektif dinyatakan dapat mempengaruhi minat suatu perilaku dan kontrol perilaku sebagai faktor tambahan dapat mempengaruhi minat konsumen. Minat seseorang tersebut dapat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan juga kontrol perilaku

(Ajzen dalam Arthana dan Rukhviyanti, 2015)

Online Review

Online Review dapat membantu calon konsumen dalam membantu keputusan yaitu membentuk pemahaman tentang suatu produk, membangun kriteria untuk mengevaluasi produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan suatu penyajian produk atau jasa dengan standar perusahaan dan upayakan dalam penyajian produk atau jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen atau melebihi ekpetasi konsumen

Keputusan Menginap

Keputusan Menginap adalah keputusan yang diambil konsumen, dalam hal ini tamu, untuk memilih hotel yang dirasa mampu memenuhi kebutuhannya sebagai tempat menginap

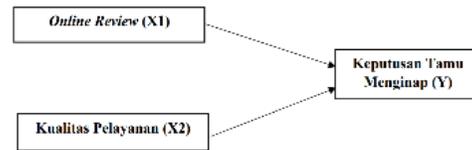
Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh *online review* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu menginap

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat ditunjukkan oleh gambar dibawah ini.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Pengaruh *Online Review* terhadap Keputusan Tamu Menginap

Online review dapat membantu tamu dalam membuat keputusan menginap yaitu bentuk pemahaman tentang suatu hotel sebagai tempat penginapan, membangun kriteria untuk mengevaluasi hotel, membantu membuat keputusan yang tepat, serta mengurangi biaya kognitif dalam membuat keputusan tersebut sehingga *online review* yang diberikan konsumen sebelumnya merupakan faktor vital bagi seseorang dalam membuat keputusan, yang dalam hal ini adalah keputusan untuk menginap. Semakin baik review yang diberikan terkait hotel tersebut, maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk memilih hotel tersebut sebagai akomodasi penginapan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2015) yang menyatakan bahwa *online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Penelitian lain oleh Angkriwang, dkk (2017) yang menyatakan *online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Melihat hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis

pertama (H₁) dalam penelitian ini yaitu :

H₁ : *Online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Menginap

Kualitas pelayanan berhubungan dengan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan dari yang mereka terima atau 30 peroleh. Suatu pelayanan yang berkualitas tinggi akan memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumen yaitu pembelian. Ketika konsumen tidak mendapatkan kualitas pelayanan seperti yang mereka peroleh maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, yang dalam hal ini adalah keputusan tamu menginap. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kecenderungan tamu untuk menginap di hotel tersebut sebab kualitas pelayanan yang baik merupakan harapan yang diinginkan setiap tamu.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartini (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Penelitian lain oleh Lutfi (2017) juga menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Melihat hasil penelitian

sebelumnya maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu :

H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mengacu pada buku (sugiyono,2017) sehingga tempat penelitian ini dilaksanakan pada dilakukan di Kota Lombok yang di fokuskan pada konsumen yang menginap di Dream CandidasaLombok pemenang. Teknik penentuan *simple non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif dan bersumber primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner serta data dokumentasi yang berupa struktur organisasi. sejarah perusahaan dan data kepustakaan, serta untuk metode analisis data penelitian dianalisis dengan menggunakan uji instrumen, uji deskriptif, uji regresi linier berganda dan uji asumsi klasik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Uji Asusi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,3968420
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,064
	Negative	-,128
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat signifikan variabel sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.595	.575		1,035	.310		
Online Review	.499	.195	.436	2,564	.016	.538	1,859
Kualitas Pelayanan	.393	.169	.395	2,327	.028	.538	1,859

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya multikolinieritas. Hal ini terlihat dari nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau VIF masing-masing variabel kurang dari 10, yang terdiri dari online review sebesar 1,859 dan kualitas pelayanan sebesar 1,859

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.252	.348	.723	.476	
Online Review	.201	.118	.418	1,700	
Kualitas Pelayanan	-.190	.102	-.455	-1,852	

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat pronanilitas signifikan variabel *online review* sebesar 0,101 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,075 di atas tingkat kepercayaan 0,05. Jadi dapat

disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Analisi Regresi Linier Berganda
Analisi Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.595	.575		1,035	.310
Online Review	.499	.195	.436	2,564	.016
Kualitas Pelayanan	.393	.169	.395	2,327	.028

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dibuat model persamaan regresi berganda yaitu :

$$Y = 0,595 + 0,499 X1 + 0,393 X2$$

Interpretasi persamaan di atas adalah sebagai berikut :

1. $\alpha = 0,595$ artinya apabila online review (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dianggap tidak ada 0, maka keputusan tamu menginap (Y) nilainya adalah 0,595.
2. $\beta_1 = 0,499$ artinya online review (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan tamu menginap (Y), hal ini berarti semakin baik online review (X1) maka keputusan tamu menginap (Y) akan meningkat. 58
3. $\beta_2 = 0,393$ artinya kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan tamu menginap (Y), hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan (X2) maka keputusan tamu menginap (Y) akan meningkat

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.762 ^a	.580	.549	.41128	

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui nilai R Square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa 58,0 persen variasi keputusan tamu menginap dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel online review dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 42,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Uji Model Fit (Uji F)

Tabel 4.4
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,318	2	3,159	18,677	,000 ^b
	Residual	4,567	27	,169		
	Total	10,885	29			

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa nilai signifikan menunjukkan angka 0,000 yang lebih kecil dari 0,005 sehingga model dapat dikatakan layak uji atau variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

3. Uji Statistik t

Di dalam penelitian ini terdapat 2 hipotesis yang dapat di paparkan berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada uraian berikut ini :

a) Pengaruh Online Review terhadap Keputusan Tamu Menginap

Nilai t hitung pada variabel online review menunjukkan nilai sebesar 2,564 dengan nilai sig sebesar 0,016 < sig α (0,05), ini berarti variabel online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Tamu Menginap

Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai sebesar 2,327 dengan nilai sig

sebesar 0,028 < sig α (0,05), ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan tamu menginap.

Pembahasan Pengaruh Online Review terhadap Keputusan Tamu Menginap

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi pengaruh online review terhadap keputusan tamu menginap adalah sebesar 0,499 dan nilai signifikansi sebesar 0,016, yaitu lebih kecil dari α (0,05). Hasil ini menunjukkan online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Online review adalah tipe informasi tentang suatu hotel yang dibuat oleh tamu yang pernah menginap di hotel tersebut. Hasil ini mengindikasikan bahwa Dream Candidas sudah mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan para tamunya sehingga review yang diberikan para tamunya cenderung positif sebab semakin positif review yang diberikan oleh tamu sebelumnya terkait hotel tersebut, maka mayoritas tamu selanjutnya tidak akan merasa ragu untuk menginap dan memesan kamar di hotel tersebut. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2015), Angkriwang, dkk (2017), Fergian (2018) serta Widodo dan Marie (2019) yang menyatakan bahwa 63 online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Tamu Menginap di Dream Candidasa

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien regresi pengaruh kualitas

pelayanan terhadap keputusan tamu menginap adalah sebesar 0,399 dan nilai signifikansi sebesar 0,028, yaitu lebih kecil dari α (0,05). Hasil ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh suatu hotel guna memenuhi harapan tamunya. Hasil ini mengindikasikan bahwa Dream Candidasa mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas sehingga memenuhi harapan para tamunya sebab semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan suatu hotel maka semakin tinggi pula kecenderungan tamu untuk menginap di hotel tersebut sebab kualitas pelayanan yang baik merupakan harapan yang diinginkan oleh setiap tamu. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Hartini (2017), Lutfi (2017), Fergian (2018) serta Nursofi (2019) serta Anwar dan Putra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap

Penutup Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *online review* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Menginap Tamu di Dream Candidasamaka dapat dibuat simpulan sebagai berikut :

1. Online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap, yang artinya semakin baik online review pada Dream Candidasamaka akan berdampak terhadap keputusan tamu untuk menginap di Sari Gili Bungalow.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Dream Candidasamaka akan berdampak terhadap keputusan tamu untuk menginap di Sari Gili Bungalow.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dalam skripsi ini penulis menyampaikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Dream Candidasa

- a) Disarankan untuk variabel *online review* sebaiknya perusahaan dapat mengevaluasi ulasan online yang diberikan oleh para tamu untuk mengetahui respon tamu tersebut mengenai kinerja perusahaan karena semakin banyak ulasan online dengan pernyataan dan respon yang sama akan sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan tamu selanjutnya.

2. Disarankan untuk variabel kualitas pelayanan sebaiknya perusahaan dapat mendorong karyawan melalui 66 pelatihan maupun bimbingan agar lebih mampu memberikan perhatian kepada para tamu sehingga para tamu merasa lebih nyaman dan lebih diperhatikan saat menginap.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan memodifikasi model penelitian ini dengan menambahkan atau mengembangkan indikator maupun variabel lain. Hal ini didasari dengan pertimbangan bahwa determinan dari keputusan tamu menginap cukup banyak dan berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina., dan Hastusti, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9 No 1.
- Andriani, Vetii. 2018. Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga melalui Member Card terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study pada Mall Ramayana Tanjung Karang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arif, M. Nur Rianto Al dan Nurasih, Titin. 2015. Customer Relationship Management dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank : Studi pada Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 5 No. 1, pp. 51-64.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arulbajee, Laith and Al-Nazer, Nahla. 2010. Investigate The Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty : The Customer's Perspective. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 2 No. 1, pp 155-174.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Buttle, F. 2012. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Jakarta : Bayumedia.
- Damayanti, Adila Yeni Rosy. 2018. Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar (Studi pada Pelanggan Menggunakan Jasa Bengkel PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar). *Skripsi*. Fakultas Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Febrianingtyas, Media., Arifin, Zainul dan Fanani, Dahlan. (2014). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. Vol. 9 No. 2 April 2014
- Ghanny, Bintang Arifian. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SuperIndo AdiSucipto Solo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hamid, D. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Hult, M. Thomas.G., Sharma, Pratyush Nidhi, Morgeson, Forrest V, and Zhang, Yufei. 2018. Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction : Do They Differ Across Online and Offline Purchases?. *Journal of Retailing*. Vol 95 No. 1, pp. 10-23.
- Jannah, Aulia., Marwadi, Kholid., and Abdullah. 2017. Pengaruh Customer Relationship Management pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei terhadap Tamu Domestik HARRIS Hotel & Conventions Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50 No. 01, hal. 38-45.
- Julius, Yosandi. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Supermarket. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 16 No. 3, hal. 294-312.
- Kholifah, Muhammad Nurul. 2018. Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan Modern Retail di Solo Raya (Studi pada Pemilik Membership Card Alfamart dan Indomaret). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 13 Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi II. Jakarta : Salemba Empat.
- Nur, Zainuddin. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus tentang Produk dan Pelayanan berbasis Nilai-Nilai Syariah). Tesis. Program Pasca Sarjana. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Cunsomer*. 2nd Edition. New York. M. E Sharpe, Inc
- Sarifuddin. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Perusahaan dan Kepuasan serta Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen Mobil Toyota Avanza di Kota Palu. *E-Jurnal Katalogis*. Vol 5 No 7, hlm 191-216.
- Sirait, Dodi Putra. 2018. Pengaruh Customer Relationship Managament dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Digest Marketing*. Vol.3 No.1, hal. 8-15.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulaiman, Agus. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan

- Pelanggan Hypermart WTC Serpong. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1 No. 1, pp. 49-63.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- , 2011. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga.
- Syamsiah. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Supermarket Tarnsmart Carrefour di Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Tala, Y. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- , 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Utami, Sri., Hufron, M., and Rachmat, Afi. 2017. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Rumah Makan Ayam Nelongso Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*. Vo. 01. No. 02, hal. 54-65.
- Victor H. Vroom. 1964. *Work and Motivation*. New York: John Willey And Sons.
- Wahyuni, B.E.N. 2012. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta :Ar-Ruzz Media.
- Wijayanti, W.R.T. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Dinus*.
- Zulaikha, Ika Mariana 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Swalayan AS-Gross AR-Royan Solo). *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20180309175237-17-6788/penjualan-ritel-turun>

<https://nasional.kontan.co.id/news/penjualan-ritel-lesu-ekonomi-sulit-tumbuh-513-di-kuartal-iii-2018>