

Analisis Akomodasi Duta-Guest House Di Daerah Kotabumi

Strategy for
Accommodation
Business

Angga Hernanda, Hasannudin, Romida Rifiana Sari, Esti Eviatun
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ragam Tunas Kotabumi Lampung
EMail: rifianasariromida@gmail.com

189

Submitted:
FEBRUARI 2022

Accepted:
APRIL 2022

ABSTRACT

Business is never-ending, this business is increasingly growing along with the development of the population and a lifestyle that wants everything to be served quickly. The businesses that we often encounter are in the form of accommodation such as hotels. A hotel is a building that is managed commercially by providing accommodation facilities for the public with service facilities. A hotel is a building with many rooms that is rented out as a place to stay and eat for people who are traveling, or a form of commercially managed investment, provided for everyone to obtain services, lodging, food and drink.

Keywords : Business, accommodation, hotels and services

ABSTRAK

Bisnis memang tidak ada habisnya, bisnis ini semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup yang ingin serba cepat tersaji. Bisnis yang sering kita jumpai berupa akomodasi penginapan seperti hotel. Hotel merupakan sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan. Hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, atau bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum.

Kata Kunci : Bisnis, penginapan, hotel, dan pelayanan

PENDAHULUAN

Akomodasi penginapan salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dan hasil yang menjanjikan. Lombok adalah pulau dengan pariwisata yang indah dengan begitu antara hotel dan pariwisata merupakan dua hal penting yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan antara satusama lain. Hotel sebagai penyedia tempat tinggal sementara bagi para wisatawan dan menyediakan fasilitas yang mampu memberikan kesan positif bagi pengunjung. Hal tersebut dapat menjadi faktor penarik bagi para wisatawan dan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan perkembangan pariwisata dan perekonomian daerah. Mengelola hotel secara tepat dan profesional akan meningkatkan serta menjaga kenyamanan pariwisata dan menjaga kelangsungan usaha hotel di Kotabumi Lampung Selatan. Namun, persaingan antar hotel yang ketat saat ini membutuhkan kegiatan promosi dan pengelolaan penyediaan kamar hotel yang baik.

Literatur

1. Bisnis
Menurut (Purnajaya, 2016:9-10), Bisnis ialah “suatu kegiatan yang melakukan transaksi jual-beli untuk saling mendapatkan keuntungan baik untuk konsumen atau pelaku bisnis”. Keuntungan bagi konsumen berupa barang atau jasa yang dibutuhkan, pelayanan, dan loyalitas dari pelaku bisnis.
2. Penginapan

JIMKES

Jurnal Ilmiah Manajemen
Kesatuan
Vol. 10 No. 1, 2022
pp. 189-196
IBI Kesatuan
ISSN 2337 – 7860
E-ISSN 2721 – 169X
DOI: 10.37641/jimkes.v10i1.2234

Menurut ahli, penginapan adalah tempat sementara di mana seseorang atau sekelompok orang dapat tinggal atau bermalam. Penginapan dapat berupa hotel, motel, hostel, villa, rumah sewa, atau akomodasi lainnya yang menyediakan fasilitas untuk menginap dan istirahat. Ahli juga menekankan pentingnya penginapan dalam mendukung pariwisata dan perjalanan, serta pentingnya pengalaman yang nyaman dan aman bagi para tamu.

3. Hotel

Menurut Ikhsan (2008:2) pengertian hotel merupakan suatu lembaga yang menyediakan para tamu untuk menginap, dimana setiap orang dapat menginap, makan, minum dan menikmati fasilitas yang lainnya dengan melakukan transaksi pembayaran. Pelayanan Menurut Tjiptono (Sunyoto, 2012:236), pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Hotel Duta Jl. Alamsyah Ratu Prawiranegara No. 1, Kotabumi, Klp. Tujuh, Kec. Kotabumi Sel., Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34514. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data primer diperoleh dari hasil survei melalui kegiatan wawancara. Pada penelitian ini partisipan yang dipilih adalah Hotel Duta yang berada di kotabumi yang sesuai dengan kriteria menyediakan akomodasi penginapan yang nyaman dan terjangkau. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian antara lain menghitung total biaya Duta guesthouse dengan rumus $TC = TFC + TVC$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Struktur

Pada Duta Guest House merupakan salah satu tempat penginapan yang ada di Kotabumi Penginapan ini terletak di Jl. Alamsyah Ratu Prawiranegara No. 1, Kotabumi, Klp. Tujuh, Kec. Kotabumi Sel., Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34514. Penginapan ini dimiliki oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Budiana dan Ibu Sri. Duta Guest House dibangun pada tahun 2018 dan mulai dibuka pada tahun 2019.

a. Jumlah Penginapan dan pengunjung

Jumlah penginapan di daerah Sindu atau disekitar Duta Guest House tidak banyak dan Duta Guest House memiliki fasilitas lengkap dibandingkan dengan penginapan lainnya dan juga merupakan salah satu penginapan yang cukup baik di Kotabumi. Sedangkan pengunjung biasanya beragam dari wisatawan sampai warga lokal karena tempat penginapan Duta Guest House masih terbilang dekat dengan kota.

b. Diferensiasi Perbedaan antara Duta Guest House dan penginapan lainnya

adalah sebagai berikut: Desain dan dekorasi Duta Guest House menekankan pada desain yang unik dan dekorasi yang khas. Setiap kamar di Duta Guest House biasanya memiliki tema atau gaya yang berbeda, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan unik bagi tamu. Di sisi lain, penginapan lainnya mungkin memiliki desain yang lebih standar atau seragam. Dalam layanan dan perhatian personal Duta Guest House menawarkan layanan yang lebih personal dan perhatian yang lebih individual kepada tamu. Karena ukurannya yang lebih kecil, staf Duta Guest House dapat memberikan perhatian yang lebih besar kepada setiap tamu, dengan memenuhi kebutuhan dan permintaan mereka dengan lebih baik.

c. Hambatan

Masuk Penginapan Duta Guest House memang terbilang cukup ramai pengunjung, namun Duta Guest House memiliki hambatan dan kekurangan dalam promosi. Duta Guest House belum menggunakan aplikasi booking online seperti, Traveloka, Agoda, Booking dan aplikasi lainnya untuk booking online yang biasanya dipergunakan oleh

wisatawan yang ingin mencari tempat menginap sebelum datang berkunjung ke suatu tempat.

d. Diversifikasi

Duta Guest House menyediakan layanan antar-jemput bandara untuk kenyamanan tamu yang bepergian jauh. Duta Guest House juga menyediakan pesan antar makanan dengan menu yang beragam, termasuk makanan lokal dan internasional, untuk memenuhi selera tamu yang berbeda. Duta Guest House juga menyediakan layanan laundry dan dry cleaning untuk kenyamanan tamu yang menginap dalam jangka waktu lama. Duta Guest House juga sering mengadakan promosi dan diskon khusus untuk tamu yang menginap dalam jumlah malam tertentu atau pada hari-hari tertentu dalam seminggu.

e. Integrasi Vertikal terhadap Duta Guest House

Duta Guest House mempunyai layanan transportasi untuk tamu, Duta Guest House bekerjasama dengan perusahaan transportasi lokal. Ini akan memberikan kenyamanan tambahan bagi tamu dan mendorong mereka untuk memilih Duta Guest House. Duta Guest House juga memiliki minimarket di depan penginapan dan memiliki minimarket di dalam penginapan. Sehingga tamu dapat membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari atau oleh-oleh tanpa harus keluar dari penginapan. Hal ini akan memberikan kenyamanan tambahan bagi tamu dan meningkatkan pendapatan Duta Guest House. Duta Guest House juga mengembangkan layanan kebersihan dan memiliki departemen kebersihan atau perawatan sendiri untuk memastikan kebersihan dan perawatan yang optimal di seluruh penginapan. Hal ini akan memberikan rasa aman dan nyaman bagi tamu dan meningkatkan reputasi penginapan.

B. Perilaku Pada Duta Guest House

a. Strategi Harga Duta Guesthouse

Menetapkan harga yang standar dan terjangkau mulai dari harga Rp.125.000 sampai Rp.150.000 per kamar dan dilengkapi dengan fasilitas yang telah disediakan. Duta Guest House juga menyediakan layanan penginapan selama 1 minggu. Untuk tipe kamar dengan harga perhari Rp.125.000, pengunjung hanya perlu membayar dengan harga Rp.825.000 untuk menginap selama 1 minggu. Kemudian, untuk tipe kamar dengan harga perhari Rp.150.000, maka pengunjung hanya perlu membayar dengan harga Rp.1.000.000.

b. Strategi Produk Kualitas kamar dan kebersihan

Dari kamar itu sendiri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kepada pihak Duta Guest House. Kamar yang nyaman dengan fasilitas yang lengkap dapat membuat pengunjung senang dan lebih mungkin kembali atau merekomendasikan Duta Guest House kepada orang lain. Pelayanan yang ramah dan efisien juga meningkatkan pengalaman pengunjung dan dapat mempengaruhi mereka untuk merasakan kepuasan selama menginap. Jadi, kualitas kamar dan pelayanan adalah faktor penting dalam mempengaruhi pengunjung Duta Guest House.

c. Iklan Duta Guesthouse

Mempromosikan tempat penginapannya di media social dengan menggunakan jasa influencer. Banyak promosi yang ditawarkan kepada pelanggan dari Duta Guest House.

d. Riset dan Inovasi Riset dan inovasi

Bagi Duta Guesthouse dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik seperti penataan kamar hotel serta fasilitas-fasilitas berkualitas yang dapat menjadi inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Duta Guest House. Adapun dekorasi dan lingkungan yang asri menjadi inovasi dalam desain dan suasana di Duta Guesthouse agar menciptakan pengalaman yang unik dan nyaman bagi para pelanggan.

C. Kinerja Pada Rumah Makan Lesehan Gading

a. Efisiensi

Efisiensi dalam usaha Duta Guest House dapat membantu meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan dari Duta Guest House. Berikut beberapa cara untuk mencapai hal tersebut:

1. Menggunakan teknologi terkini untuk mengelola reservasi dan check-in/check-out tamu secara efisien.
2. Melakukan analisis biaya dan pendapatan secara berkala untuk mengidentifikasi area di mana efisiensi dapat ditingkatkan.
3. Menggunakan sistem energi terbarukan atau hemat energi untuk mengurangi konsumsi listrik dan air.
4. Melakukan pemeliharaan rutin pada peralatan dan fasilitas untuk mencegah kerusakan dan memperpanjang umur pakai.
5. Mengoptimalkan penggunaan tenaga kerja dengan menjadwalkan jadwal kerja yang efisien dan memastikan penempatan karyawan sesuai dengan kebutuhan operasional.
6. Menggunakan strategi pemasaran digital untuk mengurangi biaya promosi dan mencapai target dengan lebih efektif.
7. Menerapkan kebijakan penghematan dalam penggunaan bahan-bahan dan peralatan untuk mengurangi limbah dan biaya operasional.
8. Mengoptimalkan penggunaan ruang dengan merancang tata letak yang efisien dan memaksimalkan kapasitas kamar tanpa mengorbankan kenyamanan tamu.

b. Pertumbuhan

Pada awal operasional Duta Guest House tidaklah begitu ramai pengunjung namun setelah beberapa tahun berdiri dan melakukan promosi, seperti membuat video promosi dan mempromosikan secara rutin pada media sosial seperti instagram, Duta Guest House dengan cepat mengalami pertumbuhan, banyak masyarakat atau wisatawan yang tahu akan keberadaan Duta Guest House dan memilih Duta sebagai tempat penginapan mereka ketika sedang berkunjung ke Kotabumi.

c. Kemajuan Teknologi

Duta Guest House mungkin telah mengalami kemajuan teknologi dalam beberapa aspek, seperti pemasaran online melalui aplikasi Whatsapp, Instagram, dan lain-lain. Namun, tetap penting untuk diingat bahwa Duta Guest House mungkin tidak sepenuhnya mengadopsi teknologi canggih seperti penginapan lainnya karena masih terbilang baru terjun dalam promosi digital.

d. Full Employment

Full employment dalam Duta Guest House dapat diartikan bahwa semua karyawan atau pekerja yang tersedia di penginapan ini telah memperoleh pekerjaan penuh sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan. Dalam penginapan Duta Guesthouse, full employment dapat mencakup pelayan, tenaga ahli perhotelan, dan staf atau karyawan lainnya yang terlibat dalam operasional sehari-hari.

e. Pemerataan

Pemerataan dari Duta Guest House dapat merujuk pada upaya untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi dan kesempatan di dalam bisnis ini telah didistribusikan secara adil diantara para staff atau karyawan. Hal ini dapat mencakup pengelolaan sumber daya manusia, alokasi tugas, dan pengakuan atas kontribusi yang berbeda dari setiap individu. Pemerataan juga dapat berarti memastikan bahwa kesempatan untuk pertumbuhan dan pengembangan profesional tersedia bagi semua orang di dalam Duta Guest House.

f. Strategi Pemilik Lesehan Gading

Strategi pemilik penginapan Duta Guest House untuk memperbanyak pengunjung dapat melibatkan beberapa langkah berikut:

1. Duta Guest House meningkatkan pemasaran online: Memanfaatkan kekuatan teknologi dan internet untuk meningkatkan kehadiran hotel di platform online. Hal ini dapat dilakukan dengan mengoptimalkan situs web penginapan, menggunakan media sosial untuk mempromosikan penawaran khusus, dan bermitra dengan agen perjalanan online untuk meningkatkan visibilitas hotel.
2. Duta Guest House juga menawarkan paket promo dan diskon: Membuat paket

promo menarik yang mencakup diskon kamar, makanan, atau layanan tambahan seperti spa atau tur lokal. Hal ini dapat menarik minat calon tamu dan mendorong mereka untuk menginap di penginapan.

3. Meningkatkan pelayanan pelanggan: Fokus pada pengalaman pelanggan yang memuaskan dengan memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan berkualitas tinggi. Hal ini dapat menciptakan kesan positif pada tamu yang menginap dan mendorong mereka untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain.
4. Duta Guest House bekerjasama dengan mitra lokal: Bermitra dengan restoran, toko, atau atraksi wisata lokal untuk saling mempromosikan. Misalnya, penginapan dapat menawarkan diskon khusus kepada tamu yang mengunjungi mitra lokal, sementara mitra lokal dapat merekomendasikan penginapan kepada pelanggan mereka.
5. Meningkatkan fasilitas dan layanan: Melakukan peningkatan pada fasilitas dan layanan penginapan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada tamu. Misalnya, memperbarui dekorasi kamar, meningkatkan kebersihan, atau menambahkan fasilitas seperti kolam renang atau pusat kebugaran.
6. Membangun hubungan dengan pelanggan setia: Mengembangkan program loyalitas pelanggan yang memberikan insentif kepada tamu setia, seperti diskon khusus atau akses ke fasilitas eksklusif. Hal ini dapat mendorong tamu untuk menginap kembali ke penginapan dan merekomendasikan penginapan kepada orang lain

D. Biaya Produksi

Biaya yang di keluarkan oleh pemiik Duta Guesthouse per minggu dan perbulan yang di keluarkan terdiri dari beberapa jenis biaya antara lain untuk membeli berbagai keperluan . Biaya-biaya tersebut dapat di kelompokkan sebagai berikut: Cara penulisan tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-rata pendapatan Duta Guesthouse

Biaya Perminggu Produksi Lesehan Gading	
Biaya tetap	500.000
Biaya tidak tetap	750.000
Biaya Total	1.250.000

Dari table diatas dapat dilihat jumlah biaya tetap (penyusutan) biaya sewa, biaya listrik, biaya PDAM, dan biaya sampah, rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan untuk keperluan Dutaguesthouse adalah sebesar Rp. 500.000 per minggu. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan untuk biaya produksi Duta guesthouse adalah sebesar Rp. 750.000 per minggu. Dengan demikian rata-rata total keseluruhannya biaya yang dikeluarkan untuk produksi adalah sebesar Rp. 1.250.000per minggu, hampir sebagian besar biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan-bahan pokok karena produksi disetiap minggunya selalu meningkat.

Tabel 2. Penerimaan, Biaya, dan Pendapatan Duta Guesthouse

Rata-rata Penerimaan, Biaya, dan Pendapatan	(Rp)
Biaya	1.250.000
Penerimaan	9.000.000
Pendapatan	7.750.000

Berdasarkan Tabel 2 Jumlah rata-rata penerimaan dari hasil penginapan Duta guesthouse per minggu adalah Rp. 9.000.000 dengan biaya yang dikeluarkan untuk produksi sebesar Rp. 1.250.000per minggu. Maka pendapatan Duta guesthouse adalah Rp. 7.750.000.-

PENUTUP

Duta Guest house yang dikenal karena memberikan pelayanan berkualitas tinggi sehingga memiliki citra positif di mata pelanggan, yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan profitabilitas. Penawaran price discount dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menarik pelanggan baru atau meningkatkan minat pelanggan yang sudah ada. Namun, kepuasan pelanggan juga sangat tergantung pada kualitas layanan yang disediakan.

Menggunakan media sosial dan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur bisnis. Menciptakan akun bisnis di platform media sosial, menghasilkan konten berkualitas, dan menggunakannya untuk mempromosikan keunggulan, promo, diskon, dan fasilitas baru. Duta Guest house berusaha melindungi privasi tamu dengan memastikan bahwa data pribadi tidak dapat diakses oleh orang yang tidak berwenang. Dengan pelatihan staf mengenai protokol keamanan.

Selain itu Duta Guest house juga melindungi data dengan menginvestasikan perlindungan siber, termasuk firewall dan enkripsi data, serta memberikan pelatihan staf mengenai ancaman siber. Tujuan utama dari regulasi pemerintah dalam industri penginapan adalah menjaga standar keamanan, kualitas, etika, serta pengumpulan pajak untuk mendukung pendapatan negara. Regulasi ini juga melibatkan perlindungan privasi tamu, perizinan operasi, dan dapat mencakup protokol kesehatan dalam situasi Krisi.

Kualitas pelayanan terhadap konsumen harus lebih diperhatikan, karena kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi dan pada akhirnya dapat memberikan nilai tambah bagi Duta Guest House dan harus lebih memperhatikan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang telah diberikan agar pelanggan tidak merasa kecewa. Mengenai karyawan, Duta Guest House dapat memberikan training atau pelatihan kepada mereka agar mereka dapat terus meningkatkan kinerja mereka, bila perlu Duta Guest House dapat memberikan bonus-bonus tertentu untuk meningkatkan semangat karyawan dalam bekerja.

Duta Guest House juga harus mempertahankan semua kebaikan dan kelebihan yang telah ada dan bila perlu meningkatkannya agar kepuasan pelanggan lebih tinggi. Ketika pelanggan menerima pelayanan yang baik, seperti respons yang cepat, kejelasan informasi, keramahan, dan efisiensi, pelanggan akan cenderung merasa puas. Ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memicu rekomendasi positif. Sebaliknya, pelayanan yang buruk, seperti tidak responsif, ketidakjelasan, atau kurangnya perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dapat sangat merusak kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang tidak puas akan berhenti mengunjungi Duta Guest House dan juga berpotensi memberikan ulasan negatif. Kualitas pelayanan juga berkontribusi pada citra Duta Guest House. Duta Guest House yang dikenal karena memberikan pelayanan berkualitas tinggi akan memiliki citra positif di mata pelanggan, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan penjualan yang lebih baik. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan profitabilitas. Pelanggan yang puas lebih cenderung melakukan pembelian berulang, mencoba menikmati layanan tambahan, dan berpotensi menjadi pelanggan setia. Sehingga dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kualitas pelayanan dapat menjadi faktor yang membedakan Duta Guest House dari yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Sosial Science*, 11(23), 129–139.
- [2] Amanah, F. N., & Fahimah, M. (2021). Minat pembelian ulang di rumah makan saat pandemi covid-19 (Studi kasus di Omah Cangkruk Jombang). *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*. 5(1), 50-63

- [3] Berliansyah, R. A., & Suroso, A. (2018). Pengaruh kualitas makanan & minuman, service quality, place, and perceived price to customer satisfaction and repurchase intention. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1),1-10.
- [4] Eversanti. M., & Rahyuda, K. (2016). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan dan behavioral intentions pada restoran Metis. *Jurnal Bisnis Ekonomika*, 4(7), 1-11.
- [5] Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Gaman, & Sherrington (1996). *The science of food*. Routledge.
- [7] Gilbert, G. R., Veloutsou, C., Goode, M. M. H., & Moutinho, L. (2004). Measuring customer satisfaction in the fast food industry: A cross national approach. *The Journal of Service Marketing*, 18(5), 71-383.
- [8] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- [9] Hariyanto, K. (2017). Analisa pengaruh service quality, food quality dan perceived value terhadap customer loyalty konsumen restaurant boncafe manyar kertoarjo surabaya dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 4(1).
- [10] Hair, J. F., M., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using r: A workbook*. Springer International Publishing AG.
- [11] Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). The effect of food quality and service quality towards customer satisfaction and repurchase intention (Case study of hot plate restaurants), *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(10), 01-09.
- [12] Irawan D., & Sunarto, A. (2015). Analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen di restoran ikan bakar Cianjur Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(3), 475-488.
- [13] Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran. Prodi Akuntansi S-1*.
- [14] Keller, K. L. (2012). *Strategic brand management. building, measuring and managing brand equity*. Erlangga.
- [15] Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing management, 5th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- [16] Laela, E. (2021). Kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap minat pembelian ulang pada rumah makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Riset dan Pengembangan*, 7(3), 1-13.
- [17] Malhotra, N. (2004). *Marketing research*. Pearson Prentice Hall. I
- [18] Mulyana, A. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan Shao Kao Kertajaya melalui kepuasan pelanggan, *Jurnal AGORA*, 7(2), 1-8.
- [19] Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1-9.
- [20] Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 62(1).
- [21] Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 127-146.
- [22] Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- [23] Sukmana, N. C., Chandra, V. J., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh kualitas makanan, higienitas dan kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai mediator di restoran dapur terbuka di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2), 20-30.

- [24] Tanjung, F., & Setiomuliono, M. (2016). Analisis pengaruh persepsi harga harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel perantara di De Boliva Surabaya Town Square. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(1), 298310.
- [25] Thama, H. A., & Saraswati, T. G. (2016). Pengaruh servicescape terhadap minat beli ulang pada Verde Resto And Lounge Bandung. *eProceedings of Management*, 3(2), 20-30.
- [26] Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [27] Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian keripik tempe di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Triangle*, 1(2), 210-223.