

# KEPUASAN PELANGGAN YNAG MENGINAP DI HOTEL GRAND CENTRAL PEKANBARU

**By: Puspa Anggraini**  
**Advisor: Firdaus Yusrizal**  
**Email : puspaanggraini14@gmail.com**

Department of Administrative Sciences Tourism Studies Program  
Faculty of Social and Political Science  
University of Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293  
Telp/Fax. 0761-63277

## ABSTRACT

*This research aims to determine customer satisfaction at hotel Grand Central Pekanbaru to the service quality which consists of five dimensions which are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.*

*This study uses Importance Performance Analysis (IPA) or level of interest analysis and performance or customer satisfaction. The population of this study are all customers who have ever come or have used services at the Grand Hotel Pekanbaru. The sample of this research is 100 respondents from hotel guest by the accidental sampling method. Based on the research that has been done, the data processing indicates that respondents to the Grand Central Hotel Pekanbaru obtain excellent results. Where all the average values indicate the level of conformity the reality and expectations of respondents exceeded from 1 or greater than 100%, which is stated with great satisfaction.*

*Keyword: Customer Satisfaction, Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*

## I. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Hubungan industri perhotelan dan kepariwisataan memiliki kaitan yang erat. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan yang berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung jumlah wisatawan yang datang. Bila kita umpamakan industri pariwisata itu sebagai suatu bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya.

Hotel menurut Hotel Proprietors Act, 1956, adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makan, minum dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Saat ini hotel juga digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tak

jarang pula hotel digunakan sebagai sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah ke atas. Persaingan yang besar membuat pihak hotel dituntut untuk memberikan kualitas-kualitas pelayanan yang dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka agar dapat loyal terhadap hotel. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel dalam memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya.

Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi telah melahirkan adanya inovasi-inovasi baru yang dapat ditemukan dalam berbagai produk. Konsumen akan melakukan tindakan yang lebih selektif dalam memenuhi kebutuhan mereka. Untuk menghadapi persaingan yang sangat kompetitif, setiap perusahaan harus berusaha keras untuk menarik dan merebut simpati calon konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Hasan (2009), syarat yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Dalam Irta Laziami (2015) Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan di era globalisasi dalam mempertahankan pelanggan sekarang ini adalah dengan melaksanakan "customer satisfaction" (kepuasan pelanggan). Barsky (1992) Telah menjadi suatu kepercayaan umum, khususnya di dunia bisnis, bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini disebabkan oleh pemikiran bahwa dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan karena kepuasan pelanggan menentukan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Kepuasan merupakan fungsi dari dekatnya antara hara-

pan pembeli terhadap produk dan kemampuan dari produk tersebut.

Menurut Irawan (2002:37) kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan, pelanggan merasa puas jika harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan menjadi tuntunan penting dalam persaingan tingkat global, industry dan perusahaan. Tingkat kepuasan dinilai berdasarkan sudut pandang pelanggan. Umumnya cara yang dilakukan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan meningkatkan pelayanan karena produk yang dijual di hotel mencakup barang dan jasa. Data yang didapat di BPD PHRI Riau, menjelaskan bahwa hotel-hotel yang terdaftar di Pekanbaru pada tahun 2017 keseluruhannya mencapai 94 hotel baik dari bintang satu (\*) sampai bintang lima (\*\*\*\*\*). Ketua Persatuan Hotel dan Restaurant Indonesia Riau (PHRI), Ondi Sukmara di Pekanbaru Riau mengatakan bahwa jumlah hotel di Pekanbaru pada saat ini sudah terlalu banyak. Untuk mencapai tingkat kunjungan 60% saja sudah sangat sulit. Ini menyebabkan para pelaku bisnis perhotelan kesulitan meningkatkan tingkat hunian kamar atau occupancy sehari-hari. (sumber: goriau.com).

**Tabel 1.2.**

**Data Laporan Beberapa *Occupancy* Kamar Hotel Bintang Empat di Kota Pekanbaru**

No	Nama Hotel	Alamat	<i>Occupancy</i> 2014	<i>Occupancy</i> 2016
1	Pangeran	Jl. Jendral Sudirman 371 – 373, Riau 28151, Indonesia. Tlp: +62-762-853636	85%	55%

2	The Premier	Jl. Jendral Sudirman no. 389,Riau 28116,Indonesia. Tlp: +62-761-7891818	75%	26%
3	Mutiara Merdeka	Jl. YosSudarso 12-A,Riau 28154,Indonesia. Tlp: +62-761-31272	70%	61%

4	Grand Zuri	Jl. Teuku Umar no. 7,Riau 28141,Indonesia. Tlp: +62-761-857888	82%	63%
5	Grand Elit	Jl. Riau,komplek Riau business center,Pekanbaru,Riau, Indonesia. Tlp: +62-761-860988	73%	69%
6	Grand Central Hotel	Jl. Jendral Sudirman,Pekanbaru,Riau 28292,Indonesia.	63%	80%

(Sumber: BPD PHRI Riau. 2016 dan Elvis Auliya Rahman. 2015)

Berdasarkan Tabel 1.2. Tentang *occupancy* dari beberapa hotel bintang empat di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 Grand Central hotel merupakan hotel dengan persentase *occupancy* paling sedikit. Sedang-

kan pada tahun 2016 Grand Central berada pada posisi dengan persentase tertinggi dari 6 hotel berbintang empat di Pekanbaru. Ini merupakan perubahan yang sangat signifikan. Untuk itu Grand Central Hotel Pekanbaru perlu untuk diteliti. Agar dapat diketahui apa penyebab dari perubahan yang signifikan tersebut.

Grand Central Hotel Pekanbaru merupakan salah satu hotel bintang empat yang cukup berkelas di Pekanbaru. Ini mengharuskan pihak hotel untuk dapat memberikan berbagai pelayanan terbaik kepada pelanggan dalam meningkatkan kepuasan mereka. Umumnya pihak hotel harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk memahami perilaku pelanggan dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan kepuasan pelanggan untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Mengangkat dari rasa ingin tahu yang kuat hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“KEPUASAN PELANGGAN YANG MENGINAP DI HOTEL GRAND CENTRAL PEKANBARU”**

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kepuasan pelanggan yang menginap di hotel Grand Central Pekanbaru?”

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang didapat tentang *service quality* yang diberikan hotel terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Identifikasi Masalah

Dalam perumusan masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apa sajakah program-program yang dilakukan perusahaan dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Central Pekanbaru?

2. Bagaimana kepuasan pelanggan mengenai *service quality* di Hotel Grand Central Pekanbaru?

#### 4. Batasan Masalah

Melihat dan mengingat objek yang diteliti cukup luas cakupannya, Maka agar penelitian ini tidak keluar dari fenomena yang telah dituangkan dilatar belakang tersebut, penulis membatasi penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang menginap di Hotel Grand Central Pekanbaru dilihat dari: kualitas pelayanannya (*service quality*).

#### 5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### 1.5.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Apa sajakah program-program yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Central Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan mengenai *service quality* di Hotel Grand Central Pekanbaru.

##### 1.5.2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan khususnya bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis untuk dapat dikembangkan lebih lanjut dan lebih rinci pada masa yang akan datang.
- b. Sebagai bahan perbandingan bagi pembaca, dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c. Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil tindakan dan kebijaksanaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan di Grand central hotel Pekanbaru.

## II. TINJAUAN TEORI

### 1. Perilaku Pelanggan

Perilaku pelanggan merupakan respon psikologis yang kompleks, yang muncul dalam bentuk tindakan yang khas secara

perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk, serta menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk, termasuk dalam melakukan pembelian ulang (Hasan,2009).

### 2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli.

### 3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut kotler yang dikutip dari buku *Total quality management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2003:104):

1. Sistem keluh dan saran
2. Ghost shopping
3. Lost customer analysis
4. survei kepuasan pelanggan

Pengukuran pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. *Directly Reported Satisfactions*
- b. *Derived Dissatisfactions*
- c. *Problem analysis*
- d. *Importance Performance Analysis*

### 4. Pengertian Pelayanan (Service)

Pelayanan (Service) menurut Kotler (1996:578) yaitu “A *service any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, its production may or may not be to a physical product*”. Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

### 5. Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Menurut Zeithamlet. al (1990:19), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai: “*the extent of discrepancy between customers’ expectations or desire and their perceptions*”. dari pernyataan tersebut

dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Contoh dimensi kualitas jasa yang dikemukakan pada jurnal ilmiah adalah dimensi kualitas jasa oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985). Dimensi yang mereka kemukakan terdiri dari dimensi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

## **6. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (1995:10) "*customer satisfaction is closely linked to quality in recent year, many companies have adapted total quality management (TQM) program, designed to constantly improve the quality of their products service and marketing process, quality has a direct impact on product performance and hence on customer satisfaction*". Berdasarkan pendapat tersebut dijelaskan bahwa terdapat hubungan langsung antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

## **III. METODE PENELITIAN**

### **1. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.

### **2. Tempat Penelitian**

Dalam hal ini pelaksanaan penelitian dilaksanakan di hotel Grand Central Pekanbaru. Hotel Grand Central merupakan hotel bintang empat yang berada di jalan Jendral Sudirman No. 01 Pekanbaru 28287, Riau.

### **3. Waktu Penelitian**

Sesuai dengan rencana yang telah disusun penulis, penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2017 di hotel Grand Central Pekanbaru.

### **4. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah adalah para konsumen / pelanggan yang datang ke hotel Grand Central Pekanbaru

#### **b. Sampel**

Dalam pengambilan sampel, peneliti memutuskan untuk menggunakan *Sampling incidental*. Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## **5. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada responden di Hotel Grand Central Pekanbaru.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari perpustakaan berupa literature-literatur yang bersangkutan dengan pembahasan yang akan diteliti serta penelitian-penelitian sebelumnya.

### **2. Sumber Data**

Dalam upaya mengumpulkan data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari pelanggan yang menginap serta tenaga pekerja langsung (HRD) di Hotel Grand Central Pekanbaru.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

a. Berdasarkan tujuan penelitian yang pertama yaitu untuk mengetahui apa sajakah program-program yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Central Pekanbaru. Untuk proses pengumpulan datanya penulis melakukan wawancara kepada narasumber yaitu selaku HRD dari Hotel Grand Central Pekanbaru. Kemudian dilakukan observasi (pengamatan) sebagai alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki

penulis serta dokumentasi sebagai bukti telah dilakukannya wawancara

- b. Berdasarkan tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui Bagaimana kepuasan pelanggan mengenai *service quality* di Hotel Grand Central Pekanbaru. Untuk memperoleh datanya, penulis melakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada para responden di Hotel Grand Central Pekanbaru serta dokumentasi sebagai bukti dari telah dilakukannya pembagian kuesioner dan lembar jawaban kepada responden.

### 7. Alat Pengumpulan Data

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang penulis gunakan di atas, adapun alat yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti sebagai instrumen penelitian yang akan memberikan dan membagikan pertanyaan kepada responden.
2. Kamera
3. Alat tulis lengkap
4. Pedoman kuesioner dan observasi.

### 8. Operasional Variabel

Variable	Sub-variabel	Indicator	Sumber data
	Tangible	a. Kebersihan hotel b. fasilitas fisik (bangunan hotel,tempat parkir dan toilet) c. perlengkapan teknologi pendukung (lift,pamphlet dan escalator) c.penampilan karyawan (bersih dan rapi)	

Variable	Sub-variabel	Indicator	Sumber data
Kepuasan pelanggan terhadap <i>service quality</i>	Reliability	a. ketepatan waktu pelayanan b. kecepatan pelayanan dalam bekerja c. keramahan karyawan dalam bekerja	Wawancara, Kuesioner, observasi, Dokumentasi.
	Responsiveness	a. penanganan terhadap keluhan pelanggan b. memberikan pelayanan dengan tanggap kepada pelanggan c. ketepatan dalam memberikan informasi terbaru	
	Assurance	a. pengetahuan karyawan mengenai hotel b. kejujuran karyawan kepada pelanggan c. kesopanan karyawan kepada pelanggan	
	Empathy	a. komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan	

Variable	Sub-variabel	Indicator	Sumber data
		b. pemahaman akan kebutuhan pelanggan c. perhatian terhadap pelanggan	

### 9. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran merupakan suatu tahap penting dalam penelitian yang terdiri dari angka pada suatu variabel sesuai dengan aturan-aturan tertentu. Dimana dalam menganalisis data yang diperoleh peneliti menggunakan Skala Likert (5:4:3:2:1).

### 9. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen, analisis data adalah proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip interview, catatan di lapangan dan bahan-bahan lain yang di dapatkan, yang kesemuanya itu di kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman (terhadap suatu fenomena) dan membantu untuk mempresentasikan penemuan kepada orang lain.

Pada penelitian kuantitatif deskriptif pengolahan hasil penelitian menggunakan statistik deskriptif yaitu penelitian kuantitatif yang bertujuan hanya menggambarkan keadaan gejala sosial apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada. Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menggunakan metode *Importance – Performance Analysis* (IPA) atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau kepuasan pelanggan (Martila dan James) dalam (Supranto,2011). dengan rumus yang digunakan yaitu adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian kinerja pelayanan yang diterima

$Y_i$  = Skor penilaian tingkat harapan

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \quad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

X = Kinerja/kenyataan

Y = Harapan

$\sum Xi$  = Jumlah skor tingkat kinerja pelayanan yang diterima/kenyataan

$\sum Yi$  = Jumlah skor tingkat harapan

n = Jumlah Responden

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Hotel Grand Central Pekanbaru

Grand Central Hotel Pekanbaru mulai didirikan oleh Bapak Anwar Effendy Khoo pada tahun 2010, pada tahun 2012 Grand Central Hotel mulai beroperasi dengan 161 kamar. kemudian pada tahun 2012 Grand Central Hotel Pekanbaru diresmikan oleh Gubernur Riau dengan klasifikasi bintang 4 (empat).

### 2. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden

**Tabel 4.17**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Harapan Dan Kenyataan Responden**

Pernyataan Sub Variabel	Harapan n	Kenyataan n
Tangible (kondisi fisik, fasilitas, peralatan, serta penampilan pekerja)		
Total skor	1577	1665
Reliability (kemampuan memberikan pelayanan secara akurat dan handal serta dapat dipercaya)		
Total skor	1199	1222
Responsiveness (kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan)		
Total skor	1199	1202
Assurance (pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuan untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan)		

Total skor	1217	1241
Empathy (perhatian yang di berikan kepada pelanggan)		
Total skor	1214	1223
Total skor keseluruhan	6406	6553

Sumber: Data olahan,2017

Dari tabel 4.17 diatas, dapat dijelaskan bahwa rekapitulasi hasil tanggapan responden berdasarkan pernyataan dari seluruh sub variabel menunjukkan total skor keseluruhan harapan lebih kecil dari pada kenyataan yaitu berjumlah 6406 dan total skor keseluruhan kenyataan berjumlah 6553 sehingga dapat di artikan bahwa harapan pelanggan kecil terhadap Hotel Grand Central Pekanbaru.

### 3. Kesesuaian Tingkat Harapan Dan Kenyataan Pelanggan di Hotel Grand Central Pekanbaru

Variabel kepuasan pelanggan terhadap *service quality* meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Hasil skor jawaban masing-masing item pernyataan digunakan untuk mencari rata-rata nilai harapan dan kenyataan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**

**Tingkat Kesesuaian Antara Kenyataan Dan Harapan**

Pernyataan Sub Variabel	Kenyataan	Harapan	X	Y	Tingkat Kesesuaian
1. Tangible	1665	1577	16.65	15.77	105,58%
2. Reliability	1222	1199	12.22	11.99	101,91%
3. Responsi	1202	1199	12.02	11.99	100,25%

veenes					
4. Assurance	1241	1217	12.41	12.17	101,97%
5. Empathy	1223	1214	12.23	12.14	100,74%
Total Keseluruhan	6553	6406	65.53	64.06	102,29%

Sumber: Data Olahan,2017

Dari tabel 4.18 diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa jumlah total keseluruhan tingkat kesesuaian antara kenyataan dan harapan terhadap semua pernyataan sub variabel indicator tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, menunjukkan rata-rata tingkat kesesuaian angka lebih besar dari 1 atau dalam persentase lebih besar dari 100%. Maka dalam kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan menurut metode IPA, jika tingkat kesesuaian pelanggan lebih besar dari >100% maka dinyatakan sangat memuaskan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R, Lerbin. 2005. *Kepuasan Pelanggan Pengukuran Dan Penganalisisan Dengan Spss*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dewi, Luh, Putu, Krisna. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk L'oreal Paris*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawan, Handi. 2002. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Elex

- Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Irawan, Prasetya. 2004. *Logika dan Prosedur Penelitian*. penerbit STIA-LAN Press. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2006. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Copyrights DIA FISIP UI.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Satu*, Prenhallindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Manajemen Pemasaran*. 11 ed. Indeks, Jakarta.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Laziami, Irta. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Tiket Pada PT. Riau Karsa Pelita Kota Pekanbaru*. Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Lopiyoadi, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Mulyana, Deddy, 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Narbuko, Choliddan Achmadi, Abu. 2013. *Metodologi Penelitian*. Penerbit PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Narimawati, Umi. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*. Agung Media. Bandung.
- Sugiyono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Penerbit Alfabeta CV. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Prilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utama, I, Gusti, Bagus, Rai dan Mahadewi, Ni, Made, Eka. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Penerbit CV andi offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Metode Riset Bisnis*. 2 ed. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wardiyanta, 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.

Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & Gabungan. Penerbit Prenadamedia Group. Jakarta.

Sumber Lain:

<https://m.goriau.com> diakses 15/02/2017 16:40.

<http://m.traveloka.com> diakses 15/02/2017 16:40.

[Riau terkini.com](http://riau.terkini.com) diakses 05/03/2017 15:20.

*Strategies For E-Business*. Kanada: Simon Fraser University

Sumber Web :

[https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1459&data-data\\_page=2](https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1459&data-data_page=2) (kamis 2 maret 2017 11.35)

[https://riau.bps.go.id/websiteV2/pdf\\_publicasi/Direktori-Hotel-dan-Jasa-Akomodasi-Lainnya-Provinsi-Riau-2015.pdf](https://riau.bps.go.id/websiteV2/pdf_publicasi/Direktori-Hotel-dan-Jasa-Akomodasi-Lainnya-Provinsi-Riau-2015.pdf) (senin 5 februari 2017 10:30)

[https://riau.bps.go.id/websiteV2/pdf\\_publicasi/Direktori-Hotel-dan-Jasa-Akomodasi-Lainnya-Provinsi-Riau-2014.pdf](https://riau.bps.go.id/websiteV2/pdf_publicasi/Direktori-Hotel-dan-Jasa-Akomodasi-Lainnya-Provinsi-Riau-2014.pdf) (senin 5 februari 2017 10:30)

<https://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui> (rabu, 7 februari 2017 14:10)

<https://www.merdeka.com/teknologi/dua-brand-ini-yang-paling-getol-pasang-iklan-di-tv.html> (sabtu, 15 juli 2017 09:45)