

**ANALISIS PERBANDINGAN *MARKETING MIX 7P* TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP PADA REDDOORZ DAN PENGINAPAN
MELATI DI KOTA BLITAR**

SKRIPSI

Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Disusun oleh:

Arif Karunia Laksana

202010160311438

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN MARKETING MIX 7P
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
PADA REDDOORZ DAN PENGINAPAN MELATI DI KOTA BLITAR

Oleh :

Arif Karunia Laksana
202010160311438

Diterima dan disetujui
pada tanggal 24 Juli 2025



Pembimbing I,

Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Pembimbing II,

Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA REDDOORZ DAN PENGINAPAN MELATI DI KOTA BLITAR

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Arif Karunia Laksana
NIM : 202010160311438
Jurusan : Manajemen


Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

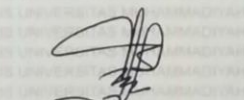
Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.
Pembimbing II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.
Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Arif Karunia Laksana
NIM : 202010160311438
Program Studi : Manajemen
Surel : leonardolaksana@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, (18 Agustus 2025)

Yang Membuat Pernyataan,



(Arif Karunia Laksana)

ANALISIS PERBANDINGAN *MARKETING MIX 7P* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA REDDOORZ DAN PENGINAPAN MELATI DI KOTA BLITAR

Ratih Juliati ^{*1}, Baroya Mila Shanty², Arif Karunia Laksana³

^{1,2,3} Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: leonardolaksana@gmail.com

Abstract

This study analyzes and compares the influence of the 7P Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) on customer decisions to stay at RedDoorz (a digital-based lodging) and Melati Inns (conventional accommodations) in Blitar City. Using a quantitative comparative approach with 170 respondents and multiple regression analysis with dummy variables, the result show that Product, Price, and Physical Evidence significantly affect stay decisions. While there is no overall significant difference in Marketing Mix implementation between the two accommodation types, Physical Evidence and Promotion emerge as the main distinguishing elements. Theses findings offer strategic insights for accommodation managers to strengthen marketing aspect with the greatest impact on customer decisions.

Keywords— *Marketing Mix 7P, Stay Decision, RedDoorz, Melati Inns*

ANALISIS PERBANDINGAN *MARKETING MIX 7P* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA REDDOORZ DAN PENGINAPAN MELATI DI KOTA BLITAR

Ratih Juliati *¹, Baroya Mila Shanty², Arif Karunia Laksana³

^{1,2,3} Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: leonardolaksana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dan membandingkan pengaruh *Marketing Mix 7P* (Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik) terhadap keputusan menginap pelanggan pada RedDoorz (penginapan digital) dan Penginapan Melati (konvensional) di Kota Blitar. Menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan 170 responden dan analisis regresi linier berganda variabel dummy, ditemukan variabel Produk, Harga, dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Meskipun secara umum tidak terdapat perbedaan signifikan antara kedua jenis akomodasi, Bukti Fisik menjadi elemen pembeda utama pada dua penginapan tersebut. Hasil ini memberi arahan strategis bagi pengelola jasa akomodasi dan memberikan kekuatan pada aspek pemasaran yang paling berdampak pada keputusan pelanggan.

Kata kunci: *Marketing Mix 7P, Keputusan Menginap, RedDoorz, Penginapan Melati*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas hidayah, rahmat serta Taufiq Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perbandingan *Marketing Mix 7P* terhadap Keputusan Menginap di RedDoorz dan Penginapan Melati Kota Blitar.” Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses pengerjaan, pengajaran, bimbingan, arahan dari beberapa pihak kepada penulis. Sebagai ucapan terima kasih dan rasa syukur yang teramat dalam, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. Nazzaruddin Mali, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asifah, M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Ibu Ratih Juliati M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membantu penulis untuk menyusun skripsi dan sabar dalam memberikan bimbingan kepada penulis sampai menyelesaikan skripsi.

5. Ibu Dra. Baroya Mila Shanty M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi dan tak lupa atas dukungan penuh kepada saya dalam kehidupan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Sri Nastiti Andharini MM. dan Bapak Immanuel Mu'ammal S.E., M. M selaku Dosen Penguji pada Sidang Skripsi penulis.
7. Para Bapak / Ibu serta staff prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kedua orang tua saya, Ibu Widarti dan Bpk. Pudjotrilaksono serta ketiga saudara kandung saya yang telah memberikan dukungan dan limpahan doa selama awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat saya yaitu Nailatin Nimah, Shinta Yumeida, Dyah Novenna, Dzulfikar Alfaruqi, Putra Alamzah yang telah membantu dalam memberikan dukungan, informasi, dan semangat.

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis penelitian ini kepada siapapun yang membutuhkan di kedepannya. Kritik serta saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk menyempurnakan karya saya selanjutnya. Terima Kasih.

Malang, 06 Agustus 2025

Penulis

Arif Karunia Laksana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
Abstract	v
Abstrak	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Keputusan Pembelian.....	14
3. Marketing Mix	20
B. Penelitian Terdahulu.....	48
C. Kerangka Pikir.....	53
D. Perumusan Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Lokasi Penelitian	57
B. Jenis Penelitian	58
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	58
D. Definisi Operasional Variabel.....	61
E. Jenis dan Sumber Data.....	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64

G. Teknik Pengukuran Data.....	65
H. Uji Instrumen Penelitian	66
1. Uji Validitas.....	66
2. Uji Reliabilitas	67
I. Uji Asumsi Klasik	68
1. Uji Normalitas.....	68
2. Uji Multikolinieritas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	69
J. Teknik Analisis Data	69
1. Rentang Skala.....	70
2. Analisis Data.....	72
K. Uji Hipotesis.....	73
1. Uji Regresi Parsial	73
2. Uji Beda.....	73
3. Uji Dominasi Pembeda.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	75
B. Karakteristik Responden.....	76
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	78
4. Profil Jumlah Pelanggan Menggunakan Jasa RedDoorz dan Penginapan Melati	79
C. Uji Instrumen.....	80
1. Uji Validitas.....	80
2. Uji Reliabilitas	82
D. Uji Asumsi Klasik	83
1. Uji Normalitas.....	83
2. Uji Multikolinieritas	84
3. Uji Heterokedastisitas.....	85
E. Hasil Analisis Data	86
1. Analisis Rentang Skala RedDoorz.....	86
F. Analisis Data	95
1. Regresi Linear Berganda Variabel Dummy	95

G. Uji Hipotesis.....	97
1. Uji Regresi Parsial	97
2. Uji Beda.....	98
3. Uji Dominasi Pembeda.....	99
H. Pembahasan.....	99
1. Tanggapan Pelanggan tentang Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Menginap di RedDoorz.....	99
2. Tanggapan Pelanggan tentang Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Menginap di Penginapan Melati.....	100
3. Menganalisis perbedaan penerapan Marketing Mix 7P terhadap keputusan menginap antara RedDoorz dan Penginapan Melati.....	101
4. Yang membedakan terhadap pengaruh komponen Marketing Mix7P terhadap Keputusan Menginap di RedDoorz dan Penginapan Melati.....	101
5. Mengidentifikasi komponen Marketing Mix 7P yang paling membedakan terhadap keputusan menginap antara RedDoorz dan Penginapan Melati	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Hotel Di Kota Blitar	4
Tabel 1. 2 Hasil Kunjungan Dan Alamat Pada Reddoorz Di Kota Blitar	5
Tabel 1. 3 Ulasan Pelanggan Reddoorz Dalam 6 Bulan Terakhir	5
Tabel 1. 4 Hasil Kunjungan Dan Alamat Pada Penginapan Melati	7
Tabel 1. 5 Ulasan Penginapan Melati Dalam 6 Bulan Terakhir	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3. 1 Nama Penginapan Obyek Penelitian.....	57
Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional Dan Indikator.....	61
Tabel 3. 3 Skala Likert	65
Tabel 3. 4 Rentang Skala Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	71
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasar Informasi Tentang Rd Dan Pm	78
Tabel 4. 4 Uji Validitas Reddoorz Dan Penginapan Melati	80
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	82
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Reddoorz	83
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Penginapan Melati	84
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas Reddoorz.....	84
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas Penginapan Melati.....	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas Reddoorz Dan Penginapan Melati	85
Tabel 4. 11 Rentang Skala Variabel (X1) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	86
Tabel 4. 12 Rentang Skala Variabel (X2) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	87
Tabel 4. 13 Rentang Skala Variabel (X3) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	88
Tabel 4. 14 Rentang Skala Variabel (X4) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	89
Tabel 4. 15 Rentang Skala Variabel (X5) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	90
Tabel 4. 16 Rentang Skala Variabel (X6) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	91
Tabel 4. 17 Rentang Skala Variabel (X7) Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	92
Tabel 4. 18 Rentang Skala Keseluruhan Variabel (X) Reddoorz Dan Penginapan Melati	92
Tabel 4. 19 Rentang Skala Variabel (Y) Reddoorz Dan Penginapan Melati	94
Tabel 4. 20 Analisis Regresi Linear Berganda Dummy	95
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4. 22 Hasil Uji Beda	98
Tabel 4. 23 Hasil Uji Dominasi Pembeda	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir	54
Gambar 4. 1 Jumlah Responden Yang Melakukan Menginap	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden <i>Marketing Mix 7p</i> Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	125
Lampiran 3. Hasil Responden Keputusan Menginap Di Reddoorz Dan Penginapan Melati	133
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas <i>Marketing Mix 7p</i> Dan Keputusan Menginap Di Reddoorz	137
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas <i>Marketing Mix 7p</i> Dan Keputusan Menginap Di Penginapan Melati	138
Lampiran 6. Uji Reliabilitas <i>Marketing Mix 7p</i> Dan Keputusan Menginap Di Reddoorz	140
Lampiran 7. Uji Reliabilitas Keputusan Menginap Di Reddoorz Dan Penginapan Melati	142
Lampiran 8. Uji Normalitas Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	143
Lampiran 9. Uji Heterokedastisitas Reddoorz Dan Penginapan Melati.....	144
Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	145
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Dummy	146



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, K. T., Handayani, T., & Sembiring, R. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Grand Inna Daira Palembang. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntans*, 2, 1382–1398.
- Alfunnimah, L., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Human Capital Development*, 9(2). <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/hcd>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andoko, J., & Devina, P. (2015). Analisis pengaruh marketing mix (produk, harga, promosi, lokasi) terhadap minat beli konsumen pada Guest Hous Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 55–69. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3467%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/download/3467/3137>
- Ansori. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada K1 Express Cafe Tidar, Malang Kevin. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Arif, M., & Reskiani, R. (2024). Peran Kualitas Layanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Kamar Melalui Aplikasi RedDoorz. *Jesya*, 7(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1517>
- Awinasi, N. W., & Rastini, N. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Inna Grand Bali Beach Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4297–4324.
- Bassi, A. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Konsumen pada Hotel Bintang Dua di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 66–76. https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/256
- C. (2017). No Title سلطنة عمان. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.
- Efrianto, A. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Alana Surabaya Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–19.
- Fatimah Azzahra. (2024). *Strategi Pemasaran Hotel Reddoorz Di Pasca Pandemi Covid-19 Di Purwokerto Skripsi*.
- Gondokesumo, R. (2018). Pembelian Wisatawan Backpacker Dalam Memilih Sebuah Hostel Di Bali Reyner Gondokesumo , Novia Caroline Program Manajemen

Perhotelan , Fakultas Ekonomi , Universitas Kristen Petra ., *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2006), 552–570.

- Gunawan, H., Udin, U., & Rahayu, M. K. P. (2024). Research trends on the impact of digital transformation on the development of the tourism industry: A bibliometric analysis. *Multidisciplinary Reviews*, 7(5), 324–331. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024090>
- Harefa, D., & Purba, M. L. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i1.3042>
- Iqbal, M. (2020a). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Bintang Lima Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v1i2.21>
- Iqbal, M. (2020b). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Bintang Lima Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2). <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v1i2.21>
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Judicious*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1.197>
- Karnita, I., & Rosdiana Aprilia, L. (2021). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 167–186. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i2.108>
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). *Desy Kavanillah, Ahmad Ajib Ridlwan*. 7(2), 146–164.
- Khairina, A. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 9–16.
- Krisnadevi, N. P., Sri, A. A. P., & Putra, A. M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan akomodasi di Kabupaten Jembrana. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 5(2), 125. <https://doi.org/10.24843/jkh.2021.v05.i02.p08>
- Kristanto, V. D., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di the Win Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(5), 1–15.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Penerapan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Bisnis Perhotelan. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 382–389.

- M Johan Budiman¹ dan Rafli Gusnadi². (2021). *Perancangan Sistem Informasi Akomodasi Berbasis Web Pada Sistem Informasi Pariwisata Terpadu*. 3, 102–107.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). *No Title*. 2015.
- Mindari, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Pelangi Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 12(1), 13–26. <https://doi.org/10.35334/jek.v12i1.1753>
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Permatasari, M. (2020). *The Influence Of Marketing Mix On Guest Purchase Decisions At Gumilang Regency Bandung Hotel*. <https://doi.org/10.2991/icoborot-18.2019.33>
- Prabowo, P. A. (2020). Analisa Perilaku Konsumen Jasa Katering Untuk Keperluan Pesta Di Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 21(1), 69. <https://doi.org/10.30736/je.v21i1.324>
- Pradiatiningtyas, D. (2015). Analisis Perbedaan Penerapan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan (Kajian Terhadap Bisnis Perhotelan Bintang Dan Non Bintang Di Yogyakarta). *Khasanah Ilmu*, 6(1), 35–44.
- Pramesti, I. D. A. A., Iswarini, N. K., & Adi, I. A. S. P. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Di Ubud Pada Masa New Normal (Studi Kasus Hotel the Shala Ubud). *Jurnal Kepariwisata*, 22(1), 27–36. <https://doi.org/10.52352/jpar.v22i1.877>
- Ruliah, & Susanto, D. (2015). Penerapan Metode Marketing Mix 7P untuk Perumusan Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Ilmiah Komputer*, 9(2), 919–930.
- Satria, A., Sitompul, I. D., & Zen, Z. (2019). Analysis of the Influence of Marketing Mix on Decision to Stay at Grand Jamee Syariah Hotel. *International Journal of Research and Review*, 6(July), 295–304.
- Setio, S., Bernardus, D., & Wahjudono, K. (2017). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Customer Hotel Amaris Darmo Surabaya Berdasarkan pada data Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Timur tahun Surabaya . Hotel yang letaknya tepat di Bintoro 3 – 5 Surabaya ini merupakan hotel*. 32, 396–420. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i3.4558>
- Stiawan, M. (2019). Peranan Bauran Pemasaran dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Hotel Bintang 3 di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 37–50. https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/1521
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KPC Surabaya

Selatan). *Journal of Applied Business Administration*, 4, 1–11.

Sulis Setiyo Ningsih, Nurdiyanto, A. D., & Dimas Adi Wicaksono. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 2(2), 22–33. <https://doi.org/10.54066/jiesa.v2i2.320>

Winata, E. (2023). The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction. *International Journal of Law Policy and Governance*, 2(1), 1–2. <https://doi.org/10.54099/ijlpg.v2i1.546>

Xie, Y. (2020). the Relationship Among Marketing Mix , Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Chinese. *Ijbejournal*, 2(1), 1–23.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 10/7/2025

Kode : 2712650410
Nama : Arif Karunia Laksana
NIM : 202010160311438
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Analisis Perbandingan Marketing Mix Terhadap Keputusan Menginap Pada RedDoorz dan Penginapan Melati Di Kota Blitar
Persentase Plagiasi : 3%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

