

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTEL SYARIAH  
(STUDI PADA PELANGGAN HOTEL SYARIAH DI SURAKARTA)**



**PUBLIKASI ILMIAH**

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi strata satu pada  
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**ANDRI WIJIATMOKO**

**NIM. B 100 100 016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYAAAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTEL SYARAH  
(STUDI PADA PELANGGAN HOTEL SYARIAH DI SURAKARTA)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

**Oleh :**

**ANDRI WIJIATMOKO**

**NIM. B 100 100 016**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh

Dosen Pembimbing



**Ir. Irmawati, SE., M.Si**  
**NIK**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTEL SYARIAH  
(STUDI PADA PELANGGAN HOTEL SYARIAH DI SURAKARTA)**

**OLEH :**

**ANDRI WIJATMOKO**  
**NIM. B 100 100 016**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Jum'at, 1 April 2016  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Ir. Irmawati, SE, M.Si  
(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

2. Drs. Sri Padmanty, MBA  
(Anggota I Dewan Penguji)

(.....)

3. Rini Kuswanti, SE, M.Si  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

Dekan,



**Dr. Priyono, SE., M.Si**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 April 2016

Penulis



ANDRI WIJIATMOKO  
NIM. B 100 100 016

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOTEL SYARIAH  
(STUDI PADA PELANGGAN HOTEL SYARIAH DI SURAKARTA)**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta. Untuk menganalisis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta. Untuk menganalisis lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta.

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu seluruh pelanggan yang ada di Hotel Syariah Surakarta, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden yang diteliti.

Berdasarkan hasil variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta, sedangkan hasil analisis uji F secara bersama-sama variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Sehingga model yang digunakan adalah fit dan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi dengan adjusted- $R^2$  sebesar 0,655. Hal ini berarti bahwa 65,5% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi sedangkan sisanya yaitu 34,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang diteliti.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

*This research own the target to analyse the price have the influence to decision purchasing of hotel Moslem law in Surakarta. To analyse the service quality have the influence to decision purchasing of hotel Moslem law in Surakarta. To analyse the location have the influence to decision purchasing of hotel Moslem law in Surakarta.*

*This Research use the population that is all cutomer exist in Hotel of Moslem law Surakarta, while sampel used in this research as much 70 accurate responder.*

*Pursuant to result of price variable have the influence which signifikan to decision purchasing of hotel Moslem law in Surakarta. Variable of service Quality have the influence which signifikan to decision purchasing of Hotel Moslem law in Surakarta. Location Variable have the influence which signifikan to decision purchasing of Hotel Moslem law in Surakarta, while result analyse the*

*Ftest by together price, service quality and location by together to decision of purchasing of Hotel Moslem law in Surakarta. So that model used is fit and result of test of coefficient determinasi ( $R^2$ ) obtained in scored a point doubled analysis regresi coefficient determinasi by adjusted- $R^2$  equal to 0,655. Matter this means that 65,5% variation of explainable purchasing decision variable by price, service quality and location while the rest that is 34,5% explained by other factors outside accurate model*

*Keyword : Price, Service Quality, Location And Purchasing Decision*

## **A. Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia bisnis dewasa ini dirasakan semakin ketat, seiring dengan bertambahnya perusahaan-perusahaan sejenis yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Masyarakat sebagai salah satu bagian dari pelaku ekonomi dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat sebagai akibat perkembangan dari teknologi informasi, telah mempengaruhi perilakunya sebagai pelaku ekonomi.

Masyarakat semakin membutuhkan produk-produk yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhannya mereka semakin jeli untuk melihat mana produk yang berkualitas dan mana yang tidak, namun produk yang berkualitas tidak harus mahal karena dalam pemilihan produk. Konsumen akan lebih memperhatikan produk yang berkualitas baik tetapi

dengan harga yang terjangkau. Hal ini menjadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan supaya mampu berkompetensi dengan para pesaingnya dalam memenangkan produknya.

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompleks secara tidak langsung telah menciptakan persaingan di antara pemain. Mereka yang tidak cerdas untuk membaca situasi yang ada tersebut akan kalah dalam persaingan. Keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat memasarkan produk barang dan jasa yang dihasilkan bergantung pada bagaimana perusahaan tersebut mampu menyampaikan pesan-pesan yang efektif kepada konsumennya. Oleh karena itu komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting terhadap keberhasilan pemasaran produk perusahaan tersebut. Disini perusahaan dituntut untuk dapat lebih kreatif dalam menyampaikan pesan kepada

konsumen. Selain itu perlu juga diperhatikan siapa-siapa yang akan menjadi target sasaran komunikasi.

Untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat baik di dalam pemasaran, industri sekarang semakin berorientasi pada keunggulan yang kompetitif dengan menggunakan teknologi yang semakin produktif, efisien serta mampu menjamin secara konsisten keunggulan mutu produknya. Bersamaan dengan itu, para pengusaha harus mampu pula mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasi persaingan pasar yang semakin terbuka.

Bisnis hotel syariah memang tidak mudah ada banyak persyaratan yang harus dipenuhi investor, terutama prinsip syariah itu sendiri yang terkait dengan kaidah *halallan thoyiban*. Kaidah ini meliputi dana investasi, pengelolaan, plus makanan dan minuman. Segala hal harus sesuai syar'i. Dalam hal ini operasional pun, mulai dari pakaian muslim untuk petugas hotel, seleksi tamu hotel, pemisahan tamu laki-laki dan perempuan yang akan menggunakan fasilitas, hingga pelarangan minuman beralkohol.

Pertumbuhan hotel syariah ini terhitung lambat dibandingkan dengan hotel konvensional, sampai saat ini jumlah hotel berlabel syariah bisa dihitungkan dengan jari. Hal ini bukan berarti bisnis hotel syariah tidak menguntungkan. Sebaliknya, fasilitas ekomodasi dengan label khusus tersebut justru sangat menjanjikan. Hal ini mempertimbangkan kuatnya pasar domestik yang didorong pesatnya aktivitas meeting, incentives, convention, exhibition dan meningkatnya jumlah pelancong bisnis.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008:85).

Berdasarkan latar belakang tersebut setiap perusahaan tentunya menginginkan agar strateginya berjalan dengan baik di mana dalam implementasi strategi tersebut tentu menguntungkan perusahaan, Besarnya

kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar terseta didukung pula oleh banyak sumber daya yang ada membuat pengelola hotel syariah perlu adanya strategi guna mengatasi permasalahan tersebut, dengan demikian peneliti mengambil judul: “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Hotel Syariah (Studi Pada Pelanggan Hotel Syariah di Surakarta)”.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis dalam merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?
3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh

terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta

5. Untuk menganalisis lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta

## **B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 2005: 80). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh pelanggan yang ada di Hotel Syariah Surakarta.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlahnya lebih sedikit dari pada jumlah populasinya (Djarwanto dan Pangestu, 2005: 81). Menurut Suparmoko (2002) dalam Khasanah dan Pamujo (2011: 159) beberapa hal dapat dipakai sebagai petunjuk untuk menentukan besarnya sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 69,607



responden dibulatkan menjadi 70 responden yang diteliti.

### C. Hasil Analisis

#### a. Hasil analisis regresi linear berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Hasil pengolahan data dengan bantuan komputer program SPSS versi 17.0 didapatkan persamaan regresi:

$$Y = 0,287 + 0,218X_1 + 0,425X_2 + 0,316X_3$$

Untuk menginterpretasi hasil dari analisis tersebut, dapat diterangkan:

- 1) Konstanta sebesar 0,287 dengan parameter positif menunjukkan persepsi + konstan atas harga, kualitas pelayanan dan lokasi pada Hotel Syariah di Surakarta.
- 2) Koefisien regresi harga menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,218 dengan demikian dapat diketahui bahwa harga semakin besar maka meningkatkan keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

3) Koefisien regresi kualitas pelayanan menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,425 dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan semakin besar maka meningkatkan keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

4) Koefisien regresi lokasi menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,316 dengan demikian dapat diketahui bahwa lokasi semakin besar maka meningkatkan keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

#### b. Uji t

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui hasil uji t seperti tampak pada tabel berikut:

Berdasarkan diketahui hasil uji t untuk harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

Variabel harga diketahui nilai  $t_{hitung}$  (2,965) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,004  $< \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu, **H<sub>0</sub>**

**ditolak**, artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

Variabel kualitas pelayanan diketahui nilai  $t_{hitung}$  (5,880) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu, **Ho ditolak**, artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

Variabel lokasi diketahui nilai  $t_{hitung}$  (3,975) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu, **Ho ditolak**, artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

#### c. Uji F

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi dengan variabel dependen dan variabel independen mempunyai pengaruh secara

statistik. Hasil uji F didapatkan hasil sebagai berikut:

#### Hasil Uji F

$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	$p$ - $value$	Keterangan
44,577	3,15	0,000	Ho ditolak

Sumber: Data diolah

Hasil diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $44,577 > 3,15$ ), maka **Ho ditolak**, Berarti secara bersama-sama variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Sehingga model yang digunakan adalah fit.

#### d. Uji $R^2$

Hasil perhitungan untuk nilai  $R^2$  diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi dengan adjusted- $R^2$  sebesar 0,655. Hal ini berarti bahwa 65,5% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi sedangkan sisanya yaitu 34,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang diteliti.

#### D. Pembahasan

1. Variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

Variabel harga diketahui nilai  $t_{hitung}$  (2,965) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,004 < \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak, artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen / pelanggan, menyediakan pilihan kamar dengan berbagai harga, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh, harga kamar hotel syariah sesuai dengan kualitas yang saya rasakan, dengan demikian semakin tinggi harga yang ditawarkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Dengan demikian harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Swastha dan Irawan, 2008: 241)

2. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

Variabel kualitas pelayanan diketahui nilai  $t_{hitung}$  (5,880) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak, artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Hal ini dikarenakan penataan ruangan yang baik dan nyaman, petugas selalu berpakaian rapi dan berpenampilan sopan, mempunyai kemampuan yang baik dalam menjawab semua pertanyaan dari pelanggan/konsumen, dapat melayani dengan cermat dan teliti, dengan demikian semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Ketiakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya

akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus tetap menjadi perhatian. (Winarto, 2008: 6).

3. Variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

Variabel lokasi diketahui nilai  $t_{hitung}$  (3,975) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak, artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Hal ini dikarenakan lokasi sangat strategis dan mudah dijangkau, dekat dengan pusat keramaian sehingga mudah melakukan aktivitas, lokasi parkir yang memadai dan luas, mudah dijangkau oleh sarana transportasi, dengan demikian semakin tinggi lokasi maka keputusan pembelian juga semakin meningkat. Dengan demikian lokasi yang merupakan salah satu determinan yang penting

dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Saat lokasi yang berorientasi terhadap konsumen maka lokasi tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan dalam waktu dan tempat. Lokasi merupakan berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan akan ditempatkan yang terpenting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat (Alma, 2008 : 160).

## E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga diketahui nilai  $t_{hitung}$  (2,965) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau nilai signifikansi  $0,004 < \alpha = 0,05$ . Artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Variabel kualitas pelayanan diketahui nilai  $t_{hitung}$  (5,880) lebih besar daripada  $t_{tabel}$

(2,000) atau nilai signifikansi 0,000  $<\alpha = 0,05$ . Artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Variabel lokasi diketahui nilai  $t_{hitung}$  (3,975) lebih besar daripada  $t_{tabel}$  (2,000) atau nilai signifikansi 0,000  $<\alpha = 0,05$ . Artinya lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta.

2. Hasil analisis uji F diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (44,577 > 3,15), maka  $H_0$  ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Hotel Syariah di Surakarta. Sehingga model yang digunakan adalah fit.
3. Hasil perhitungan untuk nilai  $R^2$  diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi dengan adjusted- $R^2$  sebesar 0,655. Hal ini berarti bahwa 65,5% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi sedangkan sisanya yaitu

34,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang diteliti.

## **F. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini terbatas pada sampel yang digunakan yaitu sebanyak 70 responden
2. Keterbatasan penelitian ini adalah variabel yang digunakan dalam mempengaruhi keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta yaitu hanya variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi.

## **G. Saran**

1. Bagi pengelola hotel syariah sebaiknya terus mulai berbenah atau semakin gencar dalam iklan, promosinya seperti pamflet, baliho, surat kabar, maupun majalah agar konsumen mengerti akan fasilitas yang diunggulkan atau disediakan oleh pihak hotel syariah.
2. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambah variabel yang diteliti yaitu tidak hanya harga, kualitas pelayanan dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian hotel syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Djarwanto, PS. dan Pangestu Subagyo, 2005, *Statistik Induktif*, Yogyakarta, BPFE.
- Imroatul Khasanah dan Novian Yuga Pamuljo, 2011. Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise. *Aset*, September 2011. Vol. 13 No. 1. Hal 155-163.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andy. Yogyakarta.
- Winarto, 2008. *Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Warung Internet di Salatiga*. National Conference UKWMS Surabaya.