

# PENGARUH INOVASI DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI THE L HOTEL ENTERTAINMENT BATAM

Agnes Filadelfia Lature<sup>1</sup>, Realize<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam  
email: pb180910311@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*Tourism is an important economic sector for Indonesia because it provides a large foreign exchange for the country. The hotel is an object in the tourism sector, therefore hotel management must carry out cooperation with other supporters so that guests can recognize it. The hospitality business has become an industry that continues to grow as well as the rapid transformation of the Riau Archipelago from the manufacturing industry to the tourism industry. In order to maintain its business in competition, the management of L Hotel Batam must improve its company's ability to remain competitive, one of the ways is by paying attention to the factors that influence the visitor's decision to visit. The purpose of this study was to determine the effect of innovation and attractiveness on the decision to visit The L Hotel Entertainment. This research was conducted using quantitative techniques. The research sample used 306 respondents, namely visitors to the L Hotel for the period March 2023 who were over 17 years old. Questionnaires are used as data collection techniques. The conclusion of this research is that the innovation and attractiveness variables influence the decision to visit with the acquisition of sig.  $0.00 < 0.05$ . In addition, innovation and attractiveness influence the decision to visit by 40.9% which is found from the results of the coefficient of determination test. Based on the results of hypothesis testing, it was found that innovation and attractiveness partially and simultaneously had a positive and significant effect on the decision to visit The L Hotel Entertainment.*

**Keywords:** Innovation; Attractiveness; Visiting Decisions

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata Indonesia berkembang dengan pesat berkat kekayaan alamnya yang terbentang luas dan pulau-pulau dengan keanekaragaman hayatinya yang begitu indah. Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang penting bagi Indonesia karena memberikan devisa yang besar bagi negara. Menurut (Nadjmi dan Prayitno, 2018: 2), Kota Batam menempati urutan ketiga tujuan wisata nasional. Hal ini disebabkan letak Kota Batam yang sangat strategis, berbatasan dengan Singapura, Malaysia, Brunei, Vietnam, Kamboja, dan Thailand. Batam

adalah kota paling populer di kalangan wisatawan lokal dan mancanegara. Menurut (Wijaya dan Haryanto, 2022:1865), kedatangan wisatawan di suatu daerah dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat setempat. Pertumbuhan juga dapat dilihat pada kesempatan kerja karena jumlah wisatawan meningkatkan pariwisata dan menciptakan lapangan kerja baru.

Hotel adalah sebuah objek bidang pariwisata, maka dari itu manajemen hotel harus melaksanakan kerjasama dengan pendukung lainnya sehingga para tamu dapat mengenalinya (Kurniawan & Lim, 2022: 1227). Adanya kebijakan ini akan menjadikan bisnis jasa hotel semakin berkembang dan menjadi

pilihan utama konsumen dalam memilih tempat tinggal dan istirahat dengan tenang dan nyaman. Bisnis perhotelan telah menjadi industri yang pertumbuhannya terus berkembang serta pesatnya transformasi Kepulauan Riau dari industri manufaktur menjadi industri pariwisata. Setelah sistem teknologi informasi diperbarui, muncul pendatang baru di dunia perhotelan yang menjalankan bisnisnya dengan berbagai inovasi, seperti para pebisnis lama sebelumnya. (Haryadi dan Pamungkas, 2019: 44) Segala kegiatan usaha yang menghasilkan pendapatan secara total memiliki dua akibat, yaitu pengaruh positif atau pendapatan dan laba dan pengaruh negatif atau biaya dan kerugian.

Setiap hotel memiliki cara tersendiri dalam menjalankan roda bisnisnya masing-masing, yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan daya tarik kepada tamu (Oentoro et al., 2023), membangun kepercayaan dan pelayanan yang memadai di setiap kamar. Proses keputusan pembelian merupakan bagian sentral dari teori pemasaran, khususnya dalam bidang perilaku konsumen, yang secara khusus mengkaji bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,

menggunakan, dan menerapkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Harahap & Amanah, 2022: 32).

Menurut (Hidayat et al., 2023: 619), Keputusan pembelian adalah kondisi di mana konsumen sampai pada pembelian suatu produk melalui tahapan yang dilalui konsumen sebelum membeli, termasuk keinginan yang teridentifikasi, aktivitas prapembelian, sikap penggunaan, dan umpan balik pascapembelian. Sehingga pihak hotel melakukan berbagai macam usaha demi meningkatkan tingkat keputusan berkunjung dan tamu yang menginap juga menikmati fasilitas yang ada di hotel.

Salah satu hotel yang menarik perhatian untuk belajar dan melakukan penelitian di hotel Kota Batam adalah L Hotel Entertainment. Berikut ditampilkan data jumlah pengunjung L Hotel periode bulan Oktober 2022 sampai bulan Maret 2023.

**Tabel 1.** Jumlah pengunjung L Hotel periode Oktober 2022 - Maret 2023

No	Bulan	Ruang ditempati / dipesan
1	Oktober 2022	1346
2	November 2022	1239
3	Desember 2022	1899
4	Januari 2023	1685
5	Februari 2023	1599
6	Maret 2023	1325

**Sumber:** The L Hotel Entertainment, 2023

Berdasarkan pada Tabel 1. di atas jumlah pengunjung L Hotel periode Oktober 2022 - Maret 2023, terjadi penurunan pada tahun 2023 yang diperlihatkan dari bulan januari hingga maret yang semakin menurun. Penyebabnya adalah adanya komplain tentang berbagai masalah yang dihadapi pelanggan, yang mempengaruhi

keputusan untuk berkunjung sedemikian rupa sehingga menjadi faktor pertimbangan dalam keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut, sehingga jumlah pemesanan kamar mengalami penurunan. Dibawah ini merupakan daftar keluhan dari pelanggan terhadap L Hotel yang disajikan berikut:

**Tabel 2.** Data keluhan pelanggan terhadap L hotel Periode April 2022 – Maret 2023

Tanggal Menginap	Keluhan
15 April 2022	Seumur hidup baru pertama kali dapat hotel mati lampu lebih dari 1 jam, tidak ada genset dan tidak ada kepastian berapa lama menunggu listrik nya menyala lagi. Sangat kecewa, ditambah dengan tidak ada nya <i>lift</i> untuk ke kamar lantai 5.
26 Mei 2022	Pertama dapet kamar lantai 4 kurang bersih, <i>lift</i> rusak, dan kamar bau apek. Dipindahkan ke lantai 3 kebersihan kurang, dan tidak ada <i>toiletries</i> , air panas ga ada. Mohon agar lebih diperhatikan masalah kebersihan. Untuk lokasi lumayan agak jauh masuk ke dalam.
14 Juni 2022	<i>Wifinya</i> tidak sampai ke kamar.
24 Juli 2022	Hotel bintang 3 katanya, tapi sekalinya sampai hotelnya kayak hotel tua berdebu, <i>staff</i> nya juga kurang ramah, dan harus pakai tangga naik ke atas lantai 3, katanya <i>lift</i> lagi <i>maintenance</i> . Lokasi hotel tidak strategis dan sepi pengunjung, <i>not recommended</i> .
18 September 2022	Lift tidak menyala. TV siaran dimatikan. Air panas mandi di matikan. Sangat tidak baik.
24 November 2022	Karpet koridor menuju kamar sangat bau amis. Soalnya ada sampah yang bertumpuk didepan kamar 416 yang tidak di angkat-angkat. Kamar bau apek sekali, lantai kotor, kamar mandi berlaba laba.


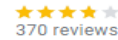



**Sumber:** *The L Hotel Entertainment, 2023*

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dari ulasan pengunjung L Hotel pada Tabel 2 di atas terdapat banyak kritik yang di tuliskan pengunjung dimana sebagian besar masalah selama menginap. Salah satunya terkait pelayanan dan fasilitas L-Hotel yaitu AC di kamar hotel tidak berfungsi dengan baik, wifi tidak sampai dalam kamar, lift yang tidak berfungsi dengan baik, pelayanan recpsionis yang kurang ramah, lampu kamar mandi gelap, ruang koridor berbau amis dan kamar yang tidak bersih.

Agar dapat mempertahankan bisnisnya didalam persaingan, maka manajemen L Hotel harus meningkatkan daya saing perusahaan, salah satu

kemungkinan adalah memperbaharui pelayanannya (*service innovation*) (Burhan & Ali, 2020: 224). *Service innovation* adalah fenomena multidimensi, di mana layanan yang sama sekali baru biasanya berarti pengenalan konsep layanan baru, saluran distribusi baru atau cara berinteraksi dengan pelanggan, sistem penyampaian layanan baru dalam bentuk rutinitas kerja baru, konsep organisasi baru, kebutuhan akan teknologi baru atau paket perangkat lunak yang diadaptasi, dll. Berikut diperlihatkan perbandingan L hotel dengan hotel lainnya yang sejenis yang ada di kota Batam:

**Tabel 3.** Data keluhan pelanggan terhadap L hotel Periode April 2022 – Maret 2023

Nama Hotel	Bintang	Fasilitas	Harga Per kamar
The L Hotel Entertainment	<b>3.9</b>  315 reviews	<i>Breakfast, Wi-Fi, Free parking, AC, Spa, Restaurant, Room service, Full-service laundry.</i>	IDR 144,570
Hotel 01	<b>3.8</b>  370 reviews	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Outdoor pool, Air conditioning, Restaurant, Airport shuttle, Full-service laundry.</i>	IDR 194,770
The Golden Bay Hotel	<b>4.2</b>  1,308 reviews	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Spa, Restaurant, Room service, Full-service laundry.</i>	IDR 192,237
Batam Star Hotel	<b>4.1</b>  264 reviews	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Restaurant, Full-service laundry</i>	IDR 174,849
Leon Inn	<b>3.9</b>  117 reviews	<i>Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Full-service laundry</i>	IDR 133,000

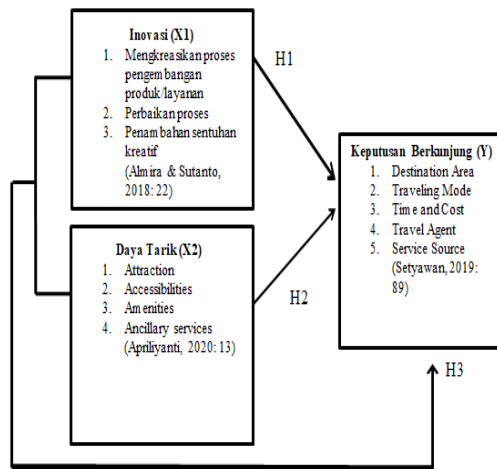
Sumber: *Google review summary*, 2023

Bentuk inovasi dalam pelayanan adalah perubahan yang terus menerus pada karakteristik pelayanan yang ditawarkan, sedangkan inovasi proses pelayanan mengacu pada perubahan metode, peralatan atau know-how yang digunakan dalam penyediaan pelayanan (Kusniawati, 2018: 673). Pentingnya inovasi karena lingkungan yang tidak dapat diprediksi dan berubah dengan cepat bagi konsumen menjadi lebih menuntut karena berbagai penawaran dari organisasi pesaing di industri yang sama. Konsumen puas bila pengelola hotel memiliki pemahaman luas terkait gagasan baru yang lebih inovatif.

Selain inovasi, variabel daya tarik juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengunjungi hotel tertentu. Ketika kita memilih penginapan atau hotel, fasilitas dari suatu hotel tersebut menjadi pertimbangan utama kita sebelum memilih. Kira-kira apa aja fasilitas yang paling menjadi daya tarik utama konsumen ketika memilih hotel (Daulay, 2020: 3).

Jika dilihat dari tabel keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap L Hotel, hotel ini tidak mempunyai daya tarik yang unik untuk menarik perhatian pelanggan. Sehingga menyebabkan keputusan pelanggan untuk berkunjung ke L Hotel menjadi menurun. Maka hal inilah yang mendasari ketertarikan peneliti untuk meneliti secara empirik penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di The L Hotel Entertainment”.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran  
Sumber: Peneliti, 2023

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas, yaitu desain penelitian yang terorganisir dengan baik yang digunakan untuk menyelidiki kausalitas. Ketika hubungan antar variabel diprediksi sehingga peneliti dapat mengklasifikasikan variabel tersebut. Penelitian ini menguji pengaruh inovasi (X1) dan daya tarik (X2) terhadap keputusan pengunjung (Y).

## Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Dalam penelitian ini populasi terdiri dari 1325 orang yang merupakan jumlah dari pengunjung L Hotel periode bulan Maret tahun 2023. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dengan tingkat toleransi kesalahan 5%. Berikut rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel:

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

$$n = \frac{1325}{1 + 1325 \times 0,05^2}$$

$$n = 305,91$$

### Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik probabilitas, yaitu. Sampling yang memberikan kesempatan untuk memilih setiap elemen atau populasi sebagai target sampel, dimana peneliti menentukan sampel dengan cara menentukan karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang sedang dilakukan (Hermansyur & Aditi, 2017).

### Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional adalah hal-hal yang datang dalam berbagai bentuk yang peneliti gunakan untuk melakukan penelitian guna memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4. Definisi Operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Inovasi (X1)	Bentuk kreatifitas yang kemudian diubah ke sesuatu produk ataupun teknik kerja yang bermanfaat (Hidayatullah <i>et al.</i> , 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengkreasikan proses pengembangan produk/layanan</li> <li>Perbaikan proses</li> <li>Penambahan sentuhan kreatif</li> </ol>

Daya Tarik (X2)	Potensi pendorong kehadiran pengunjung ke sesuatu daerah (Rokhayah & Andriana, 2021: 13).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attraction</i></li> <li>2. <i>Accessibilities</i></li> <li>3. <i>Amenities</i></li> <li>4. <i>Ancillary services</i></li> </ol>
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan membuat seseorang bisa menikmati daya tarik pada destinasi yang dikunjungi di waktu tertentu (Setyawan, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Destination Area</i></li> <li>2. <i>Traveling Mode</i></li> <li>3. <i>Time and Cost</i></li> <li>4. <i>Travel Agent</i></li> <li>5. <i>Service Source</i></li> </ol>

Sumber : Peneliti, 2023

### Teknik Analisis Data

Pengolahan data menggunakan software aplikasi SPSS versi 26. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

valid dan reliabel. Berdasarkan perhitungan r tabel, didapati perolehan tiap variabelnya r hitung > r tabel (0,137), disimpulkan nyatakan item pernyataannya valid.

Serta memperoleh nilai Cronbach Alpha melebihi 0,60. Di nyatakan seluruh variabel reliabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Kualitas Data

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, di ketahui tiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan

### Uji Asumsi Klasik

Setelah uji kualitas data dilakukan dan dinyatakan lolos, maka bisa dilakukan pengujian selanjutnya yaitu uji normalitas data sebagai berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		306
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Men</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.11101303
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.048
	<i>Positive</i>	.029
	<i>Negative</i>	-.048
<i>Test Statistic</i>		.048
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.082 <sup>c</sup>

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, uji kolmogorov Smirnov yang dilakukan mendapati persentase diatas 5% atau

0,05, maka data tersebut termasuk berdistribusi normal sebab hasil Asymp. Sig yaitu 0,082 > 0,05.

### Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

	<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	Inovasi	.905	1.105
	Daya Tarik	.905	1.105

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Diketahui bahwa hasil dari uji multikolinearitas diatas, didapati setiap variabel penelitiannya ini mendapatkan

nilai tolerance > 0,10 dan VIF <10. Maka disimpulkan penelitian ini tidak bergejala multikoliniearitas.

### Hasil Uji Heterokedastisitas

**Tabel 7.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Residual		Standardized Residual	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.834	.702		2.612	.009
Inovasi	-.026	.025	-.064	-	.291
Daya_Tarik	.030	.033	.055	1.058 .912	.363

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Jika diamati dari hasil uji hetetoskedasitas dengan metode park gleyser diatas, hasil nilai Sig. > 0,05

yang menyatakan penelitian ini tidak bergejala heteroskeastisitas.

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 8.** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Residual		Standardized Residual
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5.668	1.142	
Inovasi	.164	.041	.186
Daya_Tarik	.643	.053	.560

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Di dapati persamaan regresi linier bergandanya dari tabel di atas yakni:

$$Y = 5,668 + 0,164 X_1 + 0,643 X_2 + e$$

Artinya konstanta sebesar 5,668. Apabila inovasi dan daya tarik tidak memberikan penambahan dan pengurangan nilai ataupun nilainya 0 maka nilai keputusan berkunjung bernilai 5,668.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Rsquare	Adjusted Rsquare	Std. Error
1	.643a	.413	.409	2.118

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Berdasarkan perolehan nilai Adjusted Rsquare yaitu 0,409 atau 40,9% berarti dalam penelitian ini keputusan berkunjung terpengaruhi oleh inovasi dan daya tarik sebesar 0,409

atau 40,9% dan sisa nilainya terpengaruhi oleh variabel lainnya selain inovasi dan daya tarik yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 10.** Hasil Uji t

	Model	Unstandardized Residual		Standardized Residual	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.668	1.142		4.964	.000
	Inovasi	.164	.041	.186	4.032	.000
	Daya_Tarik	.643	.053	.560	12.117	.000

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Keterangan:

1. Pengaruh inovasi terhadap keputusan berkunjung  
Perolehan uji-t pada variabel inovasi yaitu thitung 4,032 > ttabel 1,968 (df = n-k = 306 - 3 = 303) dengan signifikansinya 0,000 < 0,05 yang artinya hipotesis di terima. Dinyatakan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.
2. Pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung  
Perolehan uji-t pada variabel daya tarik yaitu thitung 12,117 > ttabel 1,968 (df = n-k = 306 - 3 = 303) dengan signifikansinya 0,000 < 0,05 yang artinya hipotesis di terima. Dinyatakan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Tabel 11.** Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	957.577	2	478.788	106.734	.000b
	Residual	1359.195	303	4.486		
	Total	2316.771	305			

(Sumber: SPSS 26, 2023)

Hasil uji-F bernilai Fhitung sebesar 106,734 > Ftabel 3,03 (df = 386 – variabel independen -1 = 306 – 2 -1 = 303) dengan signifikansinya 0,000 < 0,05 yang menunjukkan hipotesis diterima dan dinyatakan secara simultan inovasi dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

1. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di The L Hotel Entertainment Batam.
2. Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di The L Hotel Entertainment Batam.
3. Inovasi dan Daya tarik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di The L Hotel Entertainment Batam.

## SIMPULAN

### Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisa serta penjabaran yang sudah dibahas, di simpulkan bahwa:



## Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan serta simpulan yang dijelaskan, saran yang bisa disebutkan terkait penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan The L Hotel Batam selalu mengungguli dalam menawarkan beragam fasilitas yang ada, selain itu diharapkan pula dari beragam fasilitas yang ada The L Hotel Batam mampu merawatnya.
2. Diharapkan The L Hotel Batam tetap mempertahankan pemilihan lokasi usaha yang strategis serta tetap memperhatikan dan memastikan pengunjung mendapati akses menuju The L Hotel Entertainment Batam mudah didapatkan.
3. Diharapkan The L Hotel Batam untuk selalu menjaga frekuensi penawaran promosi yang menarik pelanggan agar mereka berkunjung kembali, sehingga The L Hotel Entertainment Batam bisa menjadi tempat menginap yang dirasa nyaman bagi pelanggan.
4. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, agar memilih dan menambah jumlah variabel dan jumlah sampel penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, M. R., & Ali, M. (2020). Service Innovation Pada Hotel Santika Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(3), 220–229.
- Daulay, S. H. P. P. D. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Creative Agung*, 5(3), 248–253.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55.
- Haryadi, W., & Pamungkas, B. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Baha-Baha Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat) Tahun 2012-2016. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 42–47.
- Hidayat, R., Samsudin, A., Fatmawati, A., Firdausi, A., Irawan, D. A., Gifani, J. A., & Putri, N. H. A. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pemilihan Hotel. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 618–625.
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 19–31.
- Kurniawan, R., & Lim, J. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam). *Jesya*, 5(2), 1227–1237.
- Kusniawati, A. (2018). Strategi Inovasi Pengembangan Jasa Hotel Di Era New Normal (Covid-19): Studi Provinsi Jawa Barat. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5(2), 10–27.
- Nadjmi, N., & Prayitno, B. (2018). Pulau Batam sebagai kawasan destinasi wisata terpadu di Kepulauan Riau. *Fakultas Teknik UGM*, 1–9.
- Oentoro, K., Wiyatiningsih, W., & Amijaya, S. Y. (2023). Desain Brand Kampung Wisata Kota Yogyakarta untuk Mendukung Daya Tarik Wisata Sepeda. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(3), 324–338.
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara.

*Jurnal Kajian Dan Terapan  
Pariwisata*, 2(1), 10–18.

Wijaya, A., & Haryanto, O. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Kembali Wisatawan Terhadap Hotel Di Kota Batam. *Jurnal Lmiah MEA ( Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(3), 1864–1881.