

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sejak tahun 1990-an, negara-negara yang memiliki kesamaan kepentingan membentuk suatu wadah global( AFTA,APEC, NAFTA ) yang merupakan usaha-usaha untuk dapat bertahan dalam pasar persaingan bebas. ( Alisjahbana,20002)

Indonesia merupakan negara yang mengantisipasi ancaman itu, kendati perekonomian tahun ini diperkirakan akan lebih lemah dari tahun sebelumnya, tapi laju pertumbuhan ekonomi Indonesia masih akan positif (  $\pm 4\%$ ) (Boediono,2003), pengaruh terbesarnya adalah sektor konsumsi, hal ini dapat dilihat dari jumlah penduduk Indonesia tahun 2003 ini relatif besar yaitu  $\pm 220$  juta orang ( BPS,2003 ) yang akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat dan selama konsumsi tersebut dibelanjakan untuk produk yang ada dan diproduksi oleh dalam negeri maka pertumbuhan ekonomi ini akan positif. ( Sri Adiningsih, 2003:7)

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Inflasi Indonesia tahun 1998 – 2002**

Tahun	Inflasi ( % )
1998	77.63
1999	2.01
2000	9.35
2001	12.55
2002	3.52

( Sumber: BPS,2003:7)

---

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui tingkat inflasi Indonesia yang mulai membaik dibandingkan tahun 1998 (mencapai 77.63%), yang pada tahun 2003 berada pada tingkatan 3.52 % (BPS,2003:7)

Pemerintah Indonesia mulai melakukan perbaikan pada setiap sektor yang menjadi pendapatan dan devisa bagi Indonesia, salah satunya pada sektor jasa. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa, seperti perbankan, hotel, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, pariwisata, dan perusahaan yang lainnya seperti konsultan dan pengacara. Selain itu terlihat pula dari berkembangnya organisasi nirlaba seperti lembaga pemerintah, rumah sakit, universitas dan lain-lain yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada konsumen. Sebagai contoh banyak perguruan tinggi swasta dalam menghadapi turunnya jumlah calon mahasiswa yang mendaftar dan naiknya biaya, menggunakan pemasaran untuk bersaing dalam menarik mahasiswa dan dana. Mereka menetapkan pasar sasaran, memperbaiki komunikasi dan promosi, memberikan respon lebih baik pada kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

Salah satu sektor yang sedang ditingkatkan pemerintah adalah dalam bidang industri khususnya pariwisata. (BPS,2002:275), menurut Buchari Alma (2000:283) mengatakan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh para wisatawan khususnya dan perjalanan (*traveller*) pada umumnya selama perjalanan. Strategi yang dilakukan untuk mengalihkan tujuan wisata penduduk Indonesia dari luar negeri ke dalam negeri dan sekaligus

---

mendatangkan lebih banyak lagi wisatawan mancanegara adalah dengan cara melakukan perbaikan produk pariwisata yang berupa peningkatan sarana dan prasarana, pelayanan dan keamanan serta peningkatan industri-industri yang berkaitan dengan industri jasa khususnya pariwisata dan objek yang menjadi daya tarik wisata. (Joewono, 2000:16)

Salah satu industri yang bergerak dalam bisnis jasa adalah jasa perhotelan dimana merupakan industri jasa yang menarik perhatian karena berhubungan dengan bidang kepariwisataan. Pariwisata semakin penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai salah satu sumber penerimaan devisa maupun kesempatan kerja serta kesempatan berusaha sedangkan besar kecilnya sumbangan sektor pariwisata terhadap penerimaan devisa sangat tergantung pada besar kecilnya sarana dan prasarana yang tersedia, untuk perhotelan diantaranya jumlah hotel, kamar dan tempat tidur. (BPS, 2002:4)

Hotel adalah salah satu usaha yang menggunakan suatu bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Ciri khusus dari hotel adalah memiliki restoran yang dikelola langsung dibawah manajemen hotel tersebut. Kelas hotel ditentukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata. (BPS, 2002:2)

Industri jasa perhotelan mengalami peningkatan saat ini karena adanya usaha dari pemerintah dalam membangun dan menciptakan fasilitas-fasilitas yang mendukung perkembangan sektor ini untuk dapat menarik wisatawan-wisatawan lokal maupun asing untuk menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisatanya.

(Sulastiyono, 2000:51). Hal ini juga dapat dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan lokal maupun asing yang menginap di Indonesia pada tahun 1998 hingga tahun 2002 pada tabel berikut ini:

**Table 1.2**  
**Jumlah wisatawan yang menginap di Indonesia pada tahun 1998-2002**

Tahun	Jumlah wisatawan
1998	4933.9
1999	5192.0
2000	6227.3
2001	8029.0
2002	8897.7

(Sumber: BPS, 2003)

Kenaikan jumlah wisatawan lokal maupun asing yang menginap di hotel-hotel di Indonesia ini memberikan dampak yang baik bagi perkembangan industri jasa khususnya jasa perhotelan di Indonesia, karena dengan kenaikan ini berarti Indonesia memiliki daya tarik bagi wisatawan maupun lokal. Jumlah kenaikan ini adalah jumlah keseluruhan dari wisatawan asing maupun lokal yang menginap di negara propinsi di Indonesia. (BPS, 2003)

Menurut data statistik di Indonesia pada tahun 1998-2002, terdapat 3 provinsi yang menghasilkan pemasukan terbesar dari sektor pariwisata di Indonesia dilihat dari jumlah tamu menginap terbanyak yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah tamu yang menginap di hotel-hotel di Indonesia berdasarkan provinsi pada tahun 1998 – 2002. (dalam ribuan)**

Provinsi	1998	1999	2000	2001	2002
DKI Jakarta	1008.3	1136.1	1256.1	1673.4	1978.6
Jawa Barat	891.8	1154.3	1234.6	1645.1	1832.4
Jawa Timur	586.6	543.5	768.7	888.8	939.0

(Sumber: BPS, 2003)

Pada tabel diatas terlihat bahwa adanya peningkatan dari tahun ke tahun pada ketiga daerah tersebut, hal ini dikarenakan daerah-daerah ini memiliki daya tarik yang unik bagi para wisatawan yang membuat para wisatawan menjatuhkan pilihannya pada ketiga daerah tersebut dibanding memilih daerah lainnya di Indonesia.

Degan banyaknya jumlah hotel di Jawa Barat akan mengakibatkan timbulnya persaingan antar hotel, khususnya hotel-hotel yang berbintang karena mereka sama-sama memiliki tempat yang megah, teknologi yang lebih modern dibandingkan dengan hotel lainnya yang tidak memiliki predikat hotel berbintang. (Oka A. Yoety, 2000:70)

Hotel berbintang adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan yang disediakan secara khusus , dimana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang ditentukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata, yang antara lain mencakup:

- Persyaratan fisik seperti lokasi hotel, kondisi bangunan
- Bentuk kualitas pelayanan yang diberikan (*service quality* )

- 
- Kualifikasi tenaga kerja seperti pendidikan dan kesejahteraan karyawan
  - Fasilitas olah raga dan rekreasi lainnya yang tersedia seperti lapangan tennis, kolam renang, dan diskotik
  - Jumlah kamar yang tersedia (BPS, 2002:2)

Sulastitono (2002:17) mengatakan bahwa pengklasifikasian hotel di Indonesia dari mulai bintang 1 hingga bintang 5 secara garis besar didasarkan atas:

1. Besar/ kecil atau banyaknya jumlah kamar
2. Lokasi hotel
3. Fasilitas yang dimiliki hotel itu
4. Kelengkapan peralatan
5. Spesialisasi dan tingkat pendidikan karyawan
6. Kualitas bangunan
7. Tata letak ruang

Hotel sekarang tidak lagi hanya dipakai sebagai tempat menginap tetapi juga telah menjadi tempat yang dipakai sebagai resepsi perkawinan, seminar dan sebagainya. Dengan meningkatnya konsumen yang menggunakan jasa inap hotel maka pihak pengelola hotel dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara lebih memuaskan para tamunya daripada yang dilakukan pesaingnya. Dengan demikian hanya perusahaan yang benar-benar berkualitas yang dapat bersaing dalam pasar global. (Fandy Tjiptono, 1996:54). Berkualitas berarti dapat memenuhi harapan pelanggannya.

---

Definisi kualitas menurut Kotler (2000, 57) adalah: “Keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi kemampuannya memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tersirat.”

Menurut Hoffman, Bateson (2002, 298): “Kepuasan / ketidakpuasan konsumen merupakan perbandingan dari harapan konsumen yang berkenaan dengan pelayanan sebenarnya yang diberikan. “

Adapun definisi kepuasan dari Kotler (2000:36): “Perasaan senang / kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang didapat terhadap kinerja / hasil suatu produk dengan harapan konsumen. “

- Jika hasil yang dirasa < harapan, konsumen akan kecewa
- Jika hasil yang dirasa = harapan, konsumen akan puas
- Jika hasil yang dirasa > harapan, konsumen akan sangat senang / puas

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang lebih kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. (Fandy Tjiptono, 1996:54)

Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Loyalitas pelanggan menurut Griffin (1995:4) adalah: “*Perilaku yang ditujukan*

*dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan“.*

Sedangkan menurut Oliver (1997:392) : *”Customer loyalty is a deeply held commitment to rebuy or repatronize preferred product or service consistently in the future, despite the influence and marketing efforts having the potencial to cause switching behaviour”.*

Dalam hal ini Oliver mengatakan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen yang mendalam untuk membeli ulang atau suka berlangganan produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh dan upaya pemasaran punya sebab potensial merubah perilaku.

Hotel Gumilang Sari Bandung berusaha untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen dan menerima kemungkinan adanya komplain dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk mengurangi ketidakpuasan pelanggan maka pihak hotel berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap para pelanggan sehingga tercapai kepuasan pelanggan. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan maka akan tercipta loyalitas pelanggan terhadap Hotel Gumilang Sari Bandung. Bagi Hotel Gumilang Sari Bandung sendiri, hal tersebut merupakan keuntungan dan terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan sehingga tujuan jangka panjang akan tercapai. Kelangsungan hidup dari Hotel Gumilang Sari Bandung dapat dilihat dari banyaknya tamu yang menginap / menggunakan jasa hotel dengan melihat realisasi penjualan kamar inap hotel dari tahun 2001 – 2003.

**Tabel 1.4**  
**Tingkat hunian di Hotel Gumilang Sari Bandung pada tahun 2001 - 2003**

<b>Tahun</b>	<b>Total kamar / tahun</b>	<b>Total hunian / tahun</b>	<b>(%)</b>
<b>2001</b>	20186	14236	70.52 %
<b>2002</b>	19806	13242	66.86 %
<b>2003</b>	20186	13792	68.32 %

(Sumber: Manajemen Hotel Gumilang Sari Bandung, 2004)

Dari data tingkat hunian diatas, target yang direncanakan oleh pihak manajemen, ternyata jumlah tamu yang datang tidak mencapai target yang direncanakan. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa hal yang juga dapat dilihat dari tingkat loyalitas tamunya menurun. Penyebab terjadinya hal ini diduga dari penerapan strategi pemasaran jasa yang dilakukan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung belum efektif yang menurut Kotler (2000:493) untuk perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa, strategi yang digunakan adalah strategi pendekatan bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) yang terdiri dari: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), yang ditambah lagi dengan 3P tambahan yaitu orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*), dimana ke-7P ini dikenal dengan Bauran jasa (*Service marketing mix*).

1. Produk (*Product*)

Produk fisik yang diberikan Hotel Gumilang Sari Bandung kepada tamunya adalah:

- Kamar yang dapat digunakan sebanyak 56 kamar yang terdiri dari 4 tipe yaitu Standar (12 kamar), Superior (16 kamar), Deluxe (12 kamar)

dan juga Executive (16 kamar)

- Menyediakan makanan dan minuman (+ jasa antar ke kamar)
- Menyediakan jasa laundry bagi tamu hotel
- Fasilitas lainnya meliputi ruangan untuk meeting, coffee shop, restaurant, karaoke.

## 2. Harga (*Price*)

Tarif kamar per orang per malam yang dikenakan oleh Hotel Gumilang Sari disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.5**  
**Tarif kamar/orang/ malam yang dikenakan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung**

Jenis kamar	Tarif <i>weekday</i> (Minggu -Kamis)	Tarif <i>weekend</i> (Jumat, Sabtu, dan hari libur)
<i>Standar</i>	Rp. 250.000	Rp. 300.000
<i>Superior</i>	Rp. 285.000	Rp. 335.000
<i>Deluxe</i>	Rp. 335.000	Rp. 385.000
<i>Executive</i>	Rp. 385.000	Rp. 435.000
<i>Extra bed</i>	Rp. 95.000	Rp. 95.000

( Sumber: Manajemen Hotel Gumilang Sari Bandung,2004 )

- Makanan ( Rp.15.000 – Rp. 50.000) dan minuman (Rp.5000 – Rp.25.000 )
- Paket *Wedding* (antara Rp. 25.900.000 – Rp.34.250.000 (untuk ± 500 orang)), paket *Meeting* ( @ Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000 ) dan menyediakan juga paket-paket berdasarkan keinginan tamu.

### 3. Tempat ( *Place* )

Saluran distribusi Hotel Gumilang Sari Bandung adalah hotel tempat transaksi jasa itu terjadi di Hotel Gumilang Sari Bandung yang bertempat di Jl. Dr. Setiabudhi No.323-325 Bandung – Indonesia.

### 4. Promosi( *Promotion* )

Promosi yang dilakukan oleh pihak Hotel Gumilang Sari Bandung antara

- lain:
- Sales Blitz
  - Sales Call area Bandung dan Jakarta
  - Iklan di surat kabar, Yellow pages
  - Iklan di radio ( untuk special event )

### 5. Orang ( *People* )

Karyawan di Hotel Gumilang Sari Bandung menggunakan seragam ( *uniform* ) ( untuk karyawati), untuk karyawan laki-laki wajib memakai dasi, jas khusus hotel, serta menggunakan sepatu hitam diantaranya.

### 6. Proses ( *Process* )

Proses meliputi kecepattanggapan atas setiap keluhan dan pesanan tamu seperti mengantarkan dengan segera pesanan tamu kamar, menerima pemesanan tempat lewat telepon, prosedur pemesanan tempat yang cepat dan dapat dilakukan tanpa turun dari mobil melalui *Drive Check in Counter* ( mengisi formulir pesanan kamar – menyimpan jaminan KTP )), membayar *downpayment (dp)*, sisanya dibayar ketika checkout – diantarkan ke kamar yang telah disiapkan.

7. Bukti fisik ( *Physical evidence* )

Meliputi bangunan hotel, penyediaan fasilitas diluar kamar hotel seperti Kemuning Ballroom, Function rooms, Coffee shop, Children playground, karaoke with VIP room, Hall and Lounge bar, tempat parkir yang luas.

Kemungkinan lain yang diduga mempengaruhi permasalahan tingkat hunian di Hotel Gumilang Sari Bandung adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamunya yang menginap di Hotel Gumilang Sari Bandung yang belum sesuai. Kemungkinan ini didasarkan atas pendapat Fandy Tjiptono (2001:54) yang berpendapat bahwa pada industri jasa khususnya jasa perhotelan, tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel untuk kepuasan tamunya akan mempengaruhi tingkat hunian pada suatu periode tertentu.

Wyekof dalam Fandy Tjiptono(2001:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu kualitas yang diharapkan ( *expected value*) dan kualitas yang diterima ( *perceived value* ) dan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut konsep yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry(2002:82) dan Lovelock (1991:266), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dievaluasi dari kelima dimensinya yaitu tampilan fisik ( *tangible* ), kehandalan ( *reliability* ), kecepat-tanggapan ( *responsiveness* ), jaminan ( *assurance* ), empati ( *emphaty* ) yang pada Hotel Gumilang Sari Bandung kelima dimensi ini dapat dilihat dari:

1. Tampilan fisik ( *Tangible* )

Bangunan yang memiliki 56 kamar yang terdiri dari 4 tipe yaitu Standar (12 kamar) , Superior ( 16 kamar), Deluxe ( 12 kamar ) dan juga Executive (16 kamar) yang memiliki fasilitas tv satelit, kulkas, kamar mandi dengan air hangat dan air dingin, telepon, dll.

- Fasilitas lainnya yang dimiliki berupa ruangan untuk meeting, gathering and training, lobby, tempat parkir yang luas, dll. Karyawannya menggunakan uniform, menggunakan tanda pengenal, berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, tidak menggunakan asesoris yang berlebihan dan menggunakan sepatu berwarna hitam sesuai dengan tata tertib hotel.

2. Keandalan ( *Reliability* )

Janji yang diuraikan dalam brosur ( leaflet) spesifikasi hotel sesuai dengan kenyataan, seperti pada lembaran spesifikasi dicantumkan pada kamar hotel terdapat tv satelit yang pada kenyataannya tv satelit tersebut memang ada, kamar mandi yang dilengkapi air panas yang pada kenyataannya memang benar adanya.

3. Kecepat-tanggapan ( *Responsiveness* )

- Agar dapat memberikan pelayanan yang tepat waktu, Hotel Gumilang Sari Bandung menetapkan 3 shift, yaitu pagi ( 07.00 - 15.00), siang ( 15.00 - 23.00 ) , malam ( 23.00 - 07.00 )
- Menyediakan layanan kamar dimana setiap pesanan tamu dengan segera langsung diantar kepada tamu yang bersangkutan tanpa tamu tersebut

keluar kamar.

4. Jaminan ( *Assurance* )

Agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan tamu dan bekerja secara baik, setiap karyawan di Hotel Gumilang Sari Bandung memiliki pengetahuan, seperti memiliki latar belakang pendidikan dari sekolah Pariwisata dan Perhotelan atau yang berkaitan dengan Hubungan Internasional, aktif dan pasif dalam bahasa Inggris, telah melalui tahapan pelatihan ( *training* ). Hotel Gumilang Sari Bandung juga sangat memperhatikan aspek keamanan, hal ini dapat dilihat dari pos satpam yang didirikan di pintu masuk hotel, tersedianya tabung pemadam kebakaran darurat dan penyediaan kotak keamanan ( *safety box* ) bagi tamu hotel yang ingin menitipkan uang atau barang berharganya bila ia hendak berpergian atau hanya untuk jaga-jaga saja.

5. Empati ( *Empathy* )

Hotel Gumilang Sari Bandung memberikan perhatian individu kepada tamu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan cara komunikasi yang baik dan pemahaman para staf terhadap kebutuhan pelanggan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pada sebuah hotel seperti menurut penelitian yang dilakukan Arief pada tahun 2002 yang meneliti “ Pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas tamu di Hotel Papandayan”, dan memperoleh besar pengaruh antara keduanya sebesar 0,656 ; senada dengan judul “ Pengaruh

---

Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas di.. “ yang pernah diteliti oleh Yuliana pada tahun 2003 dimana diperoleh besarnya pengaruh antara keduanya sebesar 0,732.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang diuraikan maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Gumilang Sari Bandung bagi para pelanggannya?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Hotel Gumilang Sari Bandung ?
3. Seberapa besar hubungan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung terhadap tingkat loyalitas pelanggan?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung bagi para konsumennya.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan Hotel Gumilang Sari Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Kegunaan penelitian**

- Kegunaan Teoritis

Pengembangan Ilmu Ekonomi, khususnya Manajemen, lebih utama adalah Manajemen Pemasaran, lebih khususnya lagi tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan “

- Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak hotel yaitu Hotel Gumilang Sari Bandung dalam rangka meingkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel kepada tamu-tamunya. Dengan demikian loyalitas pelanggan akan terbentuk sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak hotel.

- Untuk Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas topik yang relatif sama dan ingin memperdalam apa yang telah dibahas dalam penelitian ini.