

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KANTOR DEPAN TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA HOTEL STEVIE 6 BANDUNG

**Derizal**

Akademi Pariwisata Paramitha Bukittinggi, Sumatera Barat

email: [derizal002@gmail.com](mailto:derizal002@gmail.com)

### *Abstract*

*Can be said to be good or service quality if the business is ran in accordance with what is expected by the company. A service can be said if the quality of services provided to satisfy customers and the expected level of sales by a company can be reached, and can measure guest loyalty. This study, entitled "Affect of Service Quality Front Office On Guest Loyalty in The Stevie 6 Hotel Bandung". The aim of research to analyze the Affect of Service Quality Front Office On Guest Loyalty in The Stevie 6 Hotel Bandung. While research method used is descriptive method with quantitative approach to data collection through questionnaires, interviews, field observations, and a study document. The object of research here are guests staying at the Stevie Hotel 6 Bandung. The independent variable (X) is the five dimensions of service quality (tangible, Reliability, responsiveness, assurance, and empathy). While variable (Y) is the guest loyalty which has a three-dimensional (repeat, retention, referral). Based on the technique of random sampling of 100 respondents obtained. The technique used is a simple linear regression technique. Results of the study showed the average value of all dimensions of service Front Office Hotel has an average of 69.07 and included in both criteria, while loyalty has an average of 79.76 and both criteria. Loyalty variables are influenced by the variable quality of service is 32,5% and the remaining 67,5% influenced by other factors not examined in this study, such as guest satisfaction.*

*Keywords ; Service Quality, Guest Loyalty, Front Office.*

### **PENDAHULUAN**

Hotel sebagai salah satu yang mendukung kegiatan kepariwisataan dalam jasa pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan bagi tamu-tamu yang datang dan menginginkan tempat menginap (akomodasi), makan minum dan jasa-jasa yang lainnya yang terdapat dari hotel tersebut.

Dengan melihat adanya peluang yang baik dapat dimanfaatkan dalam bidang jasa perhotelan, maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha dibidang jasa perhotelan dan mewujudkannya melalui pendirian bermacam-macam hotel, mulai dari hotel mewah sampai dengan penginapan biasa atau wisma. Perkembangan industri perhotelan saat ini tumbuh sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara industri perhotelan. Mereka berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas, kualitas pelayanan dan penyajian sebaik mungkin untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan yang ditawarkannya. Upaya tersebut dilakukan agar bertahan di tengah persaingan yang ketat. Jasa perhotelan di Bandung sangat berkembang, banyaknya hotel di Bandung pada akhirnya menimbulkan persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan pengunjung atau pelanggannya. Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamunya.

Hotel Stevie 6 Bandung merupakan salah satu perusahaan yang saat ini terus berupaya mempertahankan tamu yang sudah menjadi pelanggan dan berupaya mempertahankan memperoleh pelanggan yang baru. Hotel Stevie 6 Bandung merupakan hotel yang sudah berdiri pada 2011, berlokasi di Jl. Sersa Bajuri 72 Bandung dengan 24 kapasitas. Hotel Stevie 6 Bandung yang memiliki *design* kamar yang menarik disetiap kamarnya, dilihat secara konsep yang mereka usung, Hotel Stevie 6 memiliki konsep yang sangat menarik bertemakan “*Stunning design and innovative space*”, keunggulannya di berbagai *design interior* yang diusung di semua kamar, variasi dari *design interior* kamar ini membuat pengalaman menginap yang berbeda disetiap kamarnya, selain Hotel Stevie 6 berada di tempat yang strategis berada di kawasan pariwisata utama Bandung sangat dekat dengan salah satu atraksi wisata keluarga dan juga memiliki Restoran yang sudah terkenal “Maja House”

Stevie 6 Hotel Bandung agar dapat bersaing dengan hotel-hotel yang lain selalu berusaha memberikan pelayanan kepada para tamu dengan berlandaskan empat keunggulan pelayanan yang saling berkaitan, yaitu kecepatan pelayanan, ketetapan pelayanan, keramahan pelayanan dan kenyamanan pelayanan, yang baik dan memuaskan kepada tamu yang menginap. Hotel Stevie 6 Bandung saat ini telah menerapkan pelayanan jasa perhotelan yang telah menjadi standarisasi di dalam dunia perhotelan Indonesia, kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas pada diri pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pada Hotel Stevie 6 Bandung pelayanan Kantor Depan Hotel (*Front Office*) yang memberikan kesan pertama dan terakhir kepada tamu, “*Front Office* bagi hotel di kenal sebagai *First and the last impression of the guest* yang peran dalam menangani tamu yang akan menginap, di mulai dari pemesanan kamar (reservasi), penyambutan tamu, tamu datang (*check-in*) sampai tamu meninggalkan hotel (*check-out*)”.

Berdasarkan hasil informasi yang di dapat dari Manager Kantor Depan Hotel (*Front Office*) Stevie 6 hotel Bandung bahwa di dapat jumlah pengunjung yang menginap dari bulan Mei sampai bulan Oktober tahun 2015 sebagai berikut :

Tabel 1. Data Jumlah Menginap Bulan Mei-Oktober 2015

Bulan	Jumlah (orang)
Mei	562
Juni	607
Juli	671
Agustus	584
September	319
Oktober	415

Sumber: Hotel Stevie 6 Bandung

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli mengalami peningkatan, sedangkan pada bulan Agustus sampai bulan September mengalami penurunan, namun pada bulan Oktober mengalami peningkatan kembali. Hal ini menunjukkan jumlah pengunjung yang menginap di Hotel Stevie 6 Bandung mengalami kenaikan dan penurunan.

Hotel Stevie 6 Bandung dalam upaya meningkatkan pelayanannya, salah satu cara yang diberikan adalah menyediakan kotak saran (*Guest Comment*) untuk tamu yang disimpan di Kantor Depan, Hotel Stevie 6 Bandung. Fungsi kotak saran (*Guest*

*Comment*) yang di sediakan Hotel Stevie 6 Bandung adalah supaya pihak hotel mengetahui keluhan-keluhan tamu yang tidak disampaikan langsung kepada pihak hotel.

Dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 2. Kotak Saran (*Guest Comment*)

No	Tahun	Guest Comment (Good)	Guest Comment (Poor)	Total
1	2012	45%	55%	100%
2	2013	41%	60%	100%
3	2014	34%	66%	100%

Sumber: Hotel Stevie 6 Bandung

Data tabel 2 membandingkan *Guest Comment* Selama 3 tahun dan dapat dilihat dari isi *Guest Comment*. Isi dari kritikan tamu mengenai Kantor Depan Hotel yang kurang handal dan tidak cepat tanggap. Dalam *Guest Comment* berisikan keluhan tamu terhadap Kantor Depan Hotel seperti, pelayanan Kantor Depan Hotel yang kurang cepat dalam melayani kebutuhan tamu, tidak cepat merespon keluhan tamu.

#### Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas maka dapat diidentifikasi seberapa masalah penelitian di bawah ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan kantor depan Hotel Stevie 6 Bandung
2. Bagaimana Loyalitas tamu di Hotel Stevie 6 Bandung.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kantor depan terhadap loyalitas tamu pada Hotel Stevie 6 Bandung.

#### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan kantor depan Hotel Stevie 6 Bandung.
2. Untuk mengetahui loyalitas tamu di Hotel Stevie 6 Bandung.
3. Untuk Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kantor depan terhadap loyalitas tamu pada Hotel Stevie 6 Bandung.

#### METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:42) teknik digunakan dalam analisis deskriptif ini dapat menggunakan teknik mean (rata-rata) atau teknik penjelasan yang didasarkan atas rata-rata kelompok tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penyebaran Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2011:142) kuesioner teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis menyebarkan angket kepada responden yaitu tamu yang menginap di Hotel Stevie 6 Bandung.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan caramengadakan Tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data, dalam penelitian dilakukan wawan cara langsung dengan karyawan Kantor Depan (*front office*) Hotel Stevie 6 Bandung

3. Observasi lapangan

Menurut Moh Nazir (2005:175) “Pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut”.

#### 4. Studi Dokumen

Untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya maka digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi berguna untuk memperoleh data tentang jumlah pengunjung Hotel Stevie 6 Bandung.

#### Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah tamu yang menginap di Hotel Stevie 6 Bandung rata-rata per tahun yaitu sebesar 6.900 tamu.

##### 2. Sampel

Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, penelitian menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin dapat digunakan apabila populasi itu diketahui jumlahnya, jika populasi tidak diketahui jumlah anggotanya (populasi tak terhingga), maka rumus ini tak bisa digunakan. Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel adalah:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat presisi (batas ketelitian) yang di inginkan

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$N = \frac{6.900}{1 + (6.900 \times 0.1^2)}$$
$$= 98.57 \approx 99$$

Dengan demikian sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 99 orang dan dibulatkan kembali menjadi 100 orang.

#### Instrument penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Sugiarto (2011:93) menjelaskan bahwa: “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

#### Teknik Pengolahan Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Product Momen Correlation* yang dikemukakan oleh Pearson (dalam Suharsimi Arikunto, 2006:274), yaitu uji validitas terhadap pertanyaan dikatakan valid apabila mempunyai dukungan kuat terhadap skor total. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 17.0 *for windows*.

##### b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Pengujian reliabilitas instrument setiap variable dilakukan dengan *Cronbach alpha coefficient*, harga koefisien ini berkisar antara 0 sampai 1, semakin besar koefisien ini maka semakin besar kehandalan alat ukur yang digunakan. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi. Keputusan uji reliabilitas dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut: Jika

koefisien internal seluruh item ( $r \geq r_{\text{tabel}}$ ) dengan tingkat signifikansi 5 % maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

### Teknik Analisis data

#### a. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mencari hubungan antar variable dan mengukur tingkat atau eratnya hubungan antar dua variable, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang berskala ordinal. Metode yang digunakan adalah metode *Rank Spearman*.

Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel X dan variabel Y, adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman*. Untuk mengetahui tinggi rendahnya derajat hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka bandingkanlah harga koefisien *Rank Spearman* yang telah diperoleh ( $r_s$ ) dengan batas-batas nilai r (korelasi).

#### b. Teknik Analisis Regresi Linearitas Sederhana

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan Kantor Depan (*front office*) (dikonotasikan dengan X) terhadap loyalitas pelanggan (dikonotasikan dengan Y).

Bentuk umum regresi linier sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Sugiyono, 2011:188)

Keterangan :

Y = Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

X = Variabel bebas (kualitas pelayanan Kantor Depan)

a =Konstanta atau bila harga X=0

b =Angka arah atau koefisien regresi

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang penulis gunakan adalah Uji Dua Pihak (*Two Tail Test*). Menurut Sugiyono (2011 :225), uji dua pihak digunakan bila hipotesis nol ( $H_0$ ) berbunyi “sama dengan” dan hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) berbunyi “tidak sama dengan” ( $H_0 =, H_a \neq$ ).

Uji t digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata satu populasi atau lebih dengan menggunakan sampel kecil. Dengan kriteria sebagai berikut:

Bila nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak

Bila nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima

#### 1. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi variabel X terhadap variabel Y dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu:

$$kd = (r)^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji validasi ditujukan untuk menguji sejauhmana alat ukur dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validasi dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item skor dengan total skor. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *product-moment pearson*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	r korelasi	r kritis	Ket
1	0.384	0.3	Valid
2	0.508	0.3	Valid
3	0.517	0.3	Valid
4	0.521	0.3	Valid
5	0.417	0.3	Valid
6	0.443	0.3	Valid
7	0.403	0.3	Valid
8	0.413	0.3	Valid
9	0.412	0.3	Valid
10	0.387	0.3	Valid
11	0.305	0.3	Valid
12	0.338	0.3	Valid
13	0.469	0.3	Valid
14	0.414	0.3	Valid
15	0.488	0.3	Valid
16	0.464	0.3	Valid
17	0.450	0.3	Valid
18	0.423	0.3	Valid
19	0.466	0.3	Valid
20	0.487	0.3	Valid

Tabel 4. Uji Validitas Loyalitas

Item	r korelasi	r kritis	Ket
1	0.480	0.3	Valid
2	0.434	0.3	Valid
3	0.523	0.3	Valid
4	0.457	0.3	Valid
5	0.544	0.3	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel loyalitas dan kinerja semua item valid karena nilai r korelasinya lebih besar dari r kritis (misalkan: 0.480 > 0,3).

Tabel 5. Nilai Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Nilai	Reliabel
Kualitas pelayanan	0.848	Reliabel
Loyalitas	0.714	Reliabel

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk variabel kualitas pelayanan dan loyalitas karena nilainya lebih besar dari 0,7.

**Korelasi Antara Variabel Kualitas pelayanan Dengan Variabel Loyalitas**

Adapun hasil pengukuran besarnya hubungan terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 <sup>a</sup>	.325	.318	2.74655

Dari hasil perhitungan, didapat koefisien korelasi antara Kualitas pelayanan dengan Loyalitas  $r = 0.570$ , ini berarti terdapat hubungan yang cukup kuat antara Kualitas pelayanan dengan Loyalitas. Arahnya positif ini berarti apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Loyalitas juga semakin meningkat.

**Koefisien Determinansi**

Besarnya sumbangan atau peranan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (KD).

Tabel 7. Pengaruh Kualitas pelayanan Dengan Loyalitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 <sup>a</sup>	.325	.318	2.74655

Koefisien determinasinya (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,325 atau sebesar 32,5% diperoleh dari hasil ( $r^2 \times 100\% = 0,570^2 \times 100\% = 32,5\%$ ), artinya variabel loyalitas dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan sebesar 32,5% dan sisanya 67,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepuasan konsumen.

**Analisis Regresi Variabel Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas**

Berdasarkan besaran koefisien pada tabel lampiran hasil analisis, maka model regresi yang terbentuk dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 8. Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.029	2.159		.477	.635
	Kualitas	.201	.029	.570	6.870	.000

Dari tabel tersebut juga diperoleh persamaan regresi adalah:

$$\text{Loyalitas} = 1.029 + 0.201 * \text{Kualitas Pelayanan}$$

1. Konstanta sebesar 1.029 artinya jika untuk variable Kualitas pelayanan bernilai nol, nilai Loyalitas adalah sebesar 1.029 satuan.
2. Varibel Kualitas pelayanan (X) memiliki nilai positif sebesar 0.201. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai Loyalitas sebesar  $1.029 + 0.201(1) = 1.230$ . Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi Kualitas pelayanan maka semakin tinggi Loyalitas.

### Pengujian Hipotesis

Analisis ini untuk menguji hipotesis bahwa variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh nyata terhadap variabel Loyalitas

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas.

Berikut adalah tabel hasil uji t output SPSS.

Tabel 9. Uji t hitung variabel Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.029	2.159		.477	.635
	Kualitas	.201	.029	.570	6.870	.000

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui bahwa nilai uji t hitung variabel Kualitas pelayanan sebesar 6.870, karena uji t hitung > t tabel=1.98 atau 6.870>1.98 maka terdapat pengaruh antara variabel Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan yang diberikan dinilai sudah baik, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan adalah sebesar 6907 (69.07%). Berdasarkan tanggapan responden, dimensi empati skornya yang paling besar yaitu sebesar 1431 (71.55%) dan dimensi bukti fisik skornya yang paling kecil yaitu sebesar 1350 (67.50%).
2. Pada variabel loyalitas, responden termasuk pada kriteria loyal dengan skor total sebesar 1994 (79.76%). Berdasarkan tanggapan responden dimensi *repeat* skornya yang paling besar yaitu sebesar 86.6% dan dimensi *retention* skornya yang paling kecil yaitu sebesar 76.6%.
3. Terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap kinerja pegawai, dengan nilai t hitung > t tabel (6.870>1.98) dan variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusisebesar 32.5%, sedangkan sisanya 67.5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti *brand awareness*, strategi pemasaran, dan kepuasan konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Affan 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Topas Galeri di Hotel Bandung*. Skripsi. Unikom
- Bagyono 2006. *Teori dan Praktik Hotel Front Office*. Bandung : Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono.2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan 3.



Bandung : Alfabeta.

Lupiyoadi, Rambat. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua)*. Jakarta : Salemba Empat.

Muljadi, A. J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Nyoman, S. Pendit. 2007. *Ilmu pariwisata Gramedia*, Pustaka Utama. Jakarta

Robbins, Stephen P. 2006. *Perilaku Organisasi, PT indeks*, Gramedia Jakarta.

Soenarno, Adi. 2006. *Front Office Management*, Yogyakarta : Andi.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabert.

Sulastiyono, Agus. 2006. *Managemen penyelenggaraan hotel seri manajemen usaha Jasa sarana pariwisata dan akomodasi*, Bandung : Alfabeta.

Agus. 2011. *Managemen penyelenggaraan hotel* Bandung : Alfabeta