

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN HOTEL CLARO KENDARI

Husin¹, Yuli Lestari Labangu², Sitti Sartika³

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo^{1,2,3}

e-mail: husin@uho.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Claro Kendari. Pada penelitian ini metode yang akan digunakan yaitu kuantitatif kausal, yaitu penelitian yang menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan sebab-akibat, yang dilakukan di Hotel Claro Kendari pada bulan Januari 2022 – Februari 2022 dengan jumlah sampel sebanyak 36 sampel. Analisis data menggunakan SPSS dengan uji regresi linier sederhana. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Berdasarkan hasil analisis linear sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan biaya promosi terhadap pendapatan dengan besar pengaruh sebesar 54,7% .

Kata Kunci: Biaya Promosi; Hotel; Pendapatan; Permintaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional costs on revenue Claro Kendari Hotel. In this study, the method that will be used is causal quantitative, which is research that describes a generalization or explains the cause-and-effect relationship of two or several variables conducted at the Claro Hotel Kendari in January 2022 - February 2022 with a total sample of 36 samples. Data analysis using SPSS with simple linear regression test. The type of data used is secondary data. Based on the results of simple linear analysis shows that there is a positive and significant effect of promotion costs on income with a large effect of 54.7%.

Keywords: *Promotional Costs; Revenue; Hotel; Demand.*

1. PENDAHULUAN

Harga dan promosi termasuk dalam bauran pemasaran. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Menurut teori pemasaran, sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan menganggarkan biaya promosi yang memadai dan dengan adanya biaya promosi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Promosi terbagi menjadi *sales promotion, direct marketing, Advertising* dan *Personal sales*. Industri jasa menggunakan promosi melalui internet, radio, dan agen perjalanan. Promosi melalui internet

dan agen perjalanan dianggap sebagai cara paling efektif untuk meningkatkan laba bisnis atau pendapatan perusahaan. Sedangkan pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Diana dan Setiawati, 2017:361).

Hotel Claro Kendari merupakan anak perusahaan dari PT FAJAR PHINISI SEASIDE yang beralamat di jln Edi Sabara No.89 Kelurahan Lahundape Kecamatan Kendari Barat Sulawesi Tenggara. Hotel Claro Kendari merupakan salah satu jenis “ Transtient Hotel “ yang letaknya/lokasinya di tengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar adalah untuk urusan bisnis dan turis (Dokumen Hotel Claro Kendari : 2021). Hotel Claro Kendari diharapkan dapat memuaskan konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan seluruh konsumen, serta mencapai tujuan bisnisnya. Adapun alasan memilih Hotel Claro sebagai objek penelitian ini adalah karena Hotel Claro Kendari memiliki rating penilaian Bintang 4 dan merupakan salah satu Hotel terbesar di kendari.

Manajemen Hotel Claro Kendari harus mampu menyusun program pemasaran yang baik guna menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan atau konsumen agar bersedia menggunakan produk-produk dan jasa yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk menginformasikan produk-produk yang ditawarkan tersebut agar dapat meningkatkan jumlah tamu. Diketahui bahwa pendapatan Hotel Claro Kendari dari tahun 2018 sampai 2020 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Pendapatan Hotel Claro Kendari

Tahun	Pendapatan
2018	Rp. 36.164.322.141
2019	Rp. 48.525.760.573
2020	Rp. 32.294.135.970

Sumber : Dokumen Hotel Claro Kendari : 2020

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa pendapatan hotel Claro Kendari pada tahun 2019 memiliki pendapatan paling tinggi sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan dan mejadi tahun dengan jumlah pendapatan terendah yang di sebabkan kondisi ekonomi Indonesia yang memburuk belakangan ini, dimana harga komoditas lain sedang naik dan juga pandemi covid-19 yang sangat berdampak pada usaha jasa karena masyarakat sangat perlu mempertimbangkan hal-hal yang wajib dilakukan, daripada bepergian atau menginap di hotel. Akibatnya dapat mengurangi pendapatan hotel tetapi meningkatkan biaya operasional (Dokumen Hotel Claro Kendari : 2018-2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Claro Kendari.

2. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Pendapatan

Menurut PSAK23, pendapatan adalah total arus masuk keuntungan ekonomi yang timbul dari aktivitas normal suatu perusahaan selama suatu periode yang mengakibatkan penambahan ekuitas bukan karena kontribusi investasi atau penanaman modal.

Semua kegiatan perusahaan yang menyebabkan timbulnya pendapatan secara keseluruhan disebut dengan earning process. Pada umumnya earning process ini akan mengakibatkan 2 hal yaitu pengaruh positif atau (pendapatan dan keuntungan) dan pengaruh

negatif atau (beban dan kerugian). Apabila dilihat dari sudut pandang akuntansi pendapatan pada dasarnya mempunyai 2 karakteristik, yaitu :

1. Apabila bertambah saldonya akan dicatat di sisi kredit.
2. Apabila berkurang saldonya akan dicatat di sisi debit.

Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang sedang atau mungkin dikeluarkan untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2015: 8). “Biaya (cost) sebagai sumber daya yang dikorbankan (sacrificed) atau dilepaskan (forgone) untuk mencapai tujuan tertentu” (Horngren et al, 2016). "Pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang akan menguntungkan masa depan dengan beberapa periode akuntansi. Jumlah ini biasanya ditampilkan sebagai item aset pada laporan posisi keuangan. (Firdaus Dunia dkk, 2018:47)

Promosi

Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015). Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang dinyatakan dalam manajemen pemasaran dan sering disebut sebagai proses yang berkelanjutan (Kotler dan Keller dalam Simamora 2018).

Hipotesis Penelitian

Sakdiyah (2018) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa biaya promosi yang dikeluarkan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap hasil pendapatan pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh. Dengan kata lain kegiatan promosi yang terus menerus dilakukan sangat mempengaruhi kenaikan tingkat permintaan akan produk yang ditawarkan, meskipun faktor-faktor produk itu sendiri, harga, selera konsumen dan lain sebagainya juga bisa mempengaruhi permintaan. Berdasarkan penelitian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Biaya Promosi Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pendapatan

3. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Hotel Claro Kendari untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian. Penelitian ini akan dilakukan antara bulan januari sampai februari 2022.

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini metode digunakan yaitu kuantitatif kausal, yaitu penelitian yang menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan sebab-akibat dari dua atau beberapa variabel. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari biaya promosi dan pendapatan. Pembagian variabel menjadi variabel bebas yaitu biaya promosi (X) dan pendapatan (Y)

variabel terikat. Hubungan antar variabel bersifat sebab akibat, variabel bebas (sebab) dan variabel terikatnya (akibatnya).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan pada Hotel Claro Kendari tahun 2018-2020. Peneliti berasumsi bahwa sampel yang diambil dalam laporan keuangan hotel selama 3 tahun terakhir adalah sampel yang paling baru dan relevan sehingga hasil penelitian pada sampel tersebut dapat mencerminkan status subjek penelitian saat ini.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan peneliti sebagai sumber data adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2015), data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia yaitu data dari Hotel Claro Kendari berupa dokumen biaya promosi, tarif kamar dan pendapatan hotel pada tahun 2018-2020.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam analisis perlu dilakukan suatu instrumen penelitian. Instrumen (alat) pengumpul data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Sugiyono (2018: 476) menyatakan, dokumentasi adalah memperoleh data dan informasi berupa buku, file, dokumen, angka tertulis dan gambar berupa laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian. Dokumen digunakan untuk memperoleh data biaya promosi, tarif kamar dan data pendapatan di Hotel Claro Kendari pada tahun 2018 sampai 2020.

Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1) Analisis Linear Sederhana

Menurut Sugiono (2014: 261) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam regresi linier sederhana hanya ada satu variabel independen (X) yang dihubungkan dengan satu variabel dependen (Y) persamaan umum regresi sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Pendapatan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Biaya Promosi

e : error

2) Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018:63).

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan

satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel terikat. (Imam Ghozali, 2011: 97).

b. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan **uji t** yaitu dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Analisis berdasarkan pada perbandingan nilai signifikan t dengan nilai signifikan 0,05, di mana dengan syarat sebagai berikut; jika nilai sig. > 0,05, maka H_0 diterima, H_1 ditolak dan jika nilai sig. < 0,05, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1) Analisis Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif biaya promosi terhadap Pendapatan Hotel dan memprediksi nilai dari pendapatan Hotel apabila biaya promosi mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis ini menggunakan data berdasarkan Laporan keuangan yang diberikan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3660590991.007	1093387861.479		-3.348	0.002
	Biaya Promosi	210.069	32.779	0.740	6.409	0.000

Sumber data : data olahan (SPSS Versi 26.0)

Dari Tabel 2 diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar (- 3660590991,007) sedangkan nilai biaya promosi (b/koefisien regresi) sebesar 210,069. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

1. Konstanta sebesar (-3660590991,007) menyatakan nilai tetap
2. Koefisien regresi Biaya Promosi sebesar 210,069 bernilai positif artinya pada saat biaya promosi mengalami kenaikan (+1) Rupiah , maka meningkatkan pendapatan hotel sebesar Rp. 210,069. Hal ini dapat didefinisikan bahwa pada saat biaya promosi mengalami kenaikan, maka jumlah pencapaian pendapatan akan mengalami kenaikan.

Begitu juga pada saat biaya promosi mengaloi penurunan, maka jumlah pendapatan akan turun.

2) Uji Hipotesis

Variabel Biaya promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap pendapatan dapat dibuktikan dengan menggunakan uji t yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Ringkasan Uji t dan Koefisien Determinasi

Variable	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.	R square
X	6,409	2,032	0,00	0,547

Sumber data : data olahan (SPSS Versi 26.0)

1) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dari tabel 2 diketahui nilai R square adalah sebesar 0,547 artinya pengaruh variabel biaya promosi terhadap pendapatan sebesar 54,7% dan sisanya 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti tarif kamar dan tingkat hunian kamar.

2) Uji Parsial (Uji t)

Pada Tabel 2 diketahui bahwa nilai T_{hitung} sebesar 6,409 lebih besar dari nilai T_{tabel} 2,032 dengan nilai sigifikansi $0,00 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Hotel karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Biaya promosi yang ada di Hotel Claro Kendari memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan hotel.

Pembahasan

Pandemi COVID-19 di Indonesia merupakan bagian dari pandemi global coronavirus disease 2019 (COVID-19) yang sedang berlangsung. Penyakit ini disebabkan oleh sindrom pernafasan akut parah coronavirus 2 (SARS-CoV-2). Kasus positif COVID-19 pertama di Indonesia terdeteksi pada 2 Maret 2020, yang menyebabkan perekonomian Indonesia memburuk dan mengancam berbagai macam bisnis terutama bisnis di sektor pariwisata seperti hotel diakibatkan lockdown yang ditetapkan pemerintah setempat. Hotel claro kendari sendiri merupakan salah satu perusahaan yang mengalami kerugian dimana pada bulan april 2020 merupakan bulan dengan pendapatan terendah dalam kurun waktu tiga tahun terakhir akibat dampak dari pandemic covid-19.

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. Dari uraian diatas dapat dikemukakan bahwa biaya promosi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi yang berguna untuk menjual atau memperkenalkan produk atau jasa kepada para konsumen. Hotel Claro Kendari merupakan perusahaan yang menjual jasa penginapan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penginapan, maka Hotel Claro Kendari tidak ingin ketinggalan untuk meningkatkan jumlah pendapatannya dengan melakukan promosi yang dalam hal ini telah memberikan sumbangan atau dampak dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan.

Biaya promosi di Hotel Claro Kendari selalu berubah-ubah. Berdasarkan hasil penelitian penulis membuktikan bahwa biaya promosi berpengaruh dan signifikan pendapatan yang dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier sederhana yang penulis lakukan. Persentase pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan yang terjadi di Hotel Claro Kendari yang ditunjukkan oleh tabel SPSS dengan koefisien determinasi yaitu 0,547, artinya

persentase pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sebesar 54,7 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Diketahui bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap Pendapatan Hotel, artinya setiap terjadinya penambahan pada biaya promosi maka akan meningkatkan pendapatan Hotel. Jika ada penurunan pada biaya promosi maka akan terjadi penurunan pendapatan Hotel. Hal ini yang diperkuat dan didukung oleh nilai sig. lebih kecil dari nilai alpha yaitu $0,000 < 0,05$ artinya biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Hotel. Selanjutnya dapat dilihat hasil dari T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu $6,409 > 2,032$ artinya hipotesis diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Hotel Claro Kendari.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Made Adi Armana dkk (2015), Sakdiyah (2018), dan Paula Elvira Mano dkk (2019) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh dan signifikan terhadap pendapatan Hotel.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan uraian data-data penelitian dan setelah dilakukan uji-uji terkait dengan penelitian serta informasi yang ada kaitannya dengan fluktuasi pendapatan, maka penulis menyimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan Hotel Claro Kendari.

Implikasi

1. Hasil penelitian ini menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lainnya yang akan menyelesaikan skripsi atau yang membutuhkan bantuan untuk bahan referensi selanjutnya
2. Dapat menjalin kerjasama dengan pihak universitas
3. Sebagai masukan yang dapat bermanfaat bagi pekerjaan di bagian pemasaran
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya
5. Sebagai sumber informasi yang dapat digunakan pihak Hotel Claro Kendari untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat pendapatannya.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan hotel claro kendari tahun 2018-2020.

Rekomendasi

1. Bagi perusahaan agar terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan serta kegiatan promosinya dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan dengan membuat strategi-strategi bersaing yang baru di dalam kegiatan promosinya.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar memasukkan variabel-variabel lain yang belum sempat diteliti dalam penelitian ini agar penelitian selanjutnya lebih akurat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Armana, M. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja Tahun 2013. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 3(1).
- Bahri, S. (2016). *Pengantar Akuntansi. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Diana, A., & Setiawati, L. (2017). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Terbaru*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Dunia, F. A ., & Wasilah. (2018). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.
- Hutagalung & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kieso dan Weygandt. (2011). *Intermediate Accounting edisi tahun 2011*. Jakarta: Erlangga.
- Machfordz, M. (2007). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Andi Offset
- Mano, P. E., Oktalina, G., & Manullang, R. R. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Novilla Boutique & Resort, Sungailiat Bangka (Studi Kasus Pada Hotel Novilla, sungailiat Periode 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis & Keuangan*, 7(3), 102-109.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sakdiyah, S.(2018). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh. *Jurnal Sain Ekonomi dan Edukasi (JSEE)*, 6(2).
- Salman, K. R. (2016). *Akuntansi Biaya. Edisi 2*. Jakarta: Indeks
- Sambodo, A., & Bagyono. (2006). *Dasar-dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta: Andi.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: In Media.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Swastha, B., & Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.