

PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN TAMU DI *FUNCTION ROOM* HOTEL THE AXANA PADANG

Jefilo Andas Pratama¹, Pasaribu²

^{1,2} Program studi Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Email: jefilo_andaspratama@yahoo.com

Submitted: 2019-07-26

Published: 2019-12-31

DOI: <https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss02/625>

Accepted: 2019-11-03

URL: <http://jpk.ppi.unp.ac.id/index.php/jpk/article/view/625>

Abstract

This research originated from the results of PLI 2 along with pre-research results for guests using the function room at the Axana Hotel in Padang. This study aims to determine the effect of servicescape on guest satisfaction at the Hotel Axana Padang function room. This type of research is classified into quantitative research with causative associative methods. The research population was all guests using the function room with a total of 3,968 people, with a sample of 98 using purposive sampling technique. Data collection is done using a questionnaire or questionnaire with a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Data analysis using simple linear regression and coefficient of determination with the help of SPSS version 16.00. The results showed that: servicescape with a very good category had a percentage of 89.80% and guest satisfaction with a very good category had a percentage of 71.43%, and the influence of servicescape variables on guest satisfaction was 39% while 61% was determined by other factors.

Keywords: *Servicescape, Guest Satisfaction, Function Room*

Abstrak

Penelitian ini berawal dari hasil PLI 2 beserta hasil pra penelitian terhadap tamu yang menggunakan *function room* di Hotel Axana Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di *function room* Hotel The Axana Padang. Jenis penelitian digolongkan kepada penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi penelitian yaitu seluruh tamu yang menggunakan *function room* dengan jumlah 3.968 orang, dengan jumlah sampel 98 menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner atau angket dengan skala likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan *regresi linear* sederhana serta nilai koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 16.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *servicescape* dengan kategori sangat baik memiliki persentase 89,80% dan kepuasan tamu dengan kategori sangat baik memiliki persentase 71,43%, serta pengaruh variabel *servicescape* terhadap kepuasan tamu sebesar 39% sedangkan 61% ditentukan oleh faktor lain.

Kata kunci: *Servicescape, Kepuasan Tamu, Function Room*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

Pendahuluan

Pariwisata memiliki dampak bagi kehidupan manusia terutama dalam perkembangan teknologi dan industri. Dampak dari kondisi ini menyebabkan munculnya persaingan antar industri, disini peran pemerintah hanya dibutuhkan untuk memberi ide bagaimana cara mengembangkan serta memajukan industri yang ada terutama dibidang industri pariwisata dan perhotelan. Menurut Undang – Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, “Pariwisata yaitu suatu kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah serta pengusaha”.

Akomodasi hotel merupakan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan oleh para wisatawan. Berdasarkan pendapat Permenparekraf (2013), “Usaha hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Selain menginap tamu yang datang ke hotel juga mengadakan *event*, tamu *event* itu juga mengharapkan layanan *event* yang baik. *Function room* merupakan suatu ruangan yang biasanya digunakan untuk menyelenggarakan rapat, bonus perjalanan, pertemuan, pameran, perjamuan pada suatu periode dengan tujuan berbeda. Dalam sebuah *function room* diperlukan adanya fasilitas yang baik sebagai penunjang untuk kelancaran *event* yang dilakukan oleh tamu.

Hotel Axana Padang merupakan hotel yang berbintang empat (****) dan cukup berkembang yang berada di kota Padang. Hotel ini terletak di Jl. Bundo Kanduang No. 14-16, Kp.Pd, Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Lokasi Hotel sangat strategis di pusat kota padang, hanya 5 menit berkendara menuju pasar raya dan plaza andalas, dan hanya 10 menit berkendara menuju pantai padang. Hotel ini memiliki 136 kamar yang terdiri dari 43 *Superior Room*, 77 *Deluxe Room*, 4 *Family Room*, 3 *Junior Suite Room*, dan 9 *Executive Room*. Hotel The Axana ini memiliki 13 *meeting room* yang sering digunakan oleh instansi pemerintah atau swasta. Dalam menjalankan operasionalnya, hotel the axana ini mempunyai beberapa departemen yang saling berkaitan diantaranya: *Front Office Department*, *Sales & Marketing Department*, *Housekeeping Department*, *Accounting Department*, *HRD & Security Department*, *Food and Beverage Department*, *Enggining Department*.

Produk, pelayanan dan jasa merupakan hal yang dapat ditawarkan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada tamu. Menurut Kotler dan Keller dalam Wardi (2016: 141), “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya”. Indikator dari kepuasan tamu adalah sebagai berikut: tercapainya harapan tamu atau tujuan tamu datang ke hotel, terpenuhinya kebutuhan tamu, tercapainya keinginan tamu, keinginan tamu untuk memakai produk atau jasa itu kembali, Keinginan tamu untuk merekomendasikan produk dan jasa hotel kepada orang lain.

Menurut Irawan dalam Ramadani (2016: 3), “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu adalah kualitas pelayanan dan jasa, kualitas produk, harga, emosional faktor, biaya dan kemudahan”. Selain produk, fasilitas serta jasa *servicescape* baik yang dijadikan sebagai penentu kepuasan tamu yang menggunakan *function room*. Menurut Yazid dalam Masloman, Lumanauw dan Trang (2014), menjelaskan bahwa “*Servicescape* merupakan lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa dan bentuk komunikasi berwujud (*tangible*) lainnya”. Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010: 12), indikator *servicescape* yaitu : kondisi sekitar, spasial layout dan fungsional, tanda atau simbol dan artefak.



Pada tabel 1 berikut ini dapat di lihat jumlah keseluruhan tamu yang menggunakan *function room* Hotel The Axana Padang pada bulan Juli – Desember 2018.

Table 1 Jumlah tamu yang menggunakan *function room* di Hotel The Axana Padang pada bulan Juli-Desember 2018

No	Bulan	Jumlah
1	Juli	5.217 orang
2	Agustus	4.032 orang
3	September	4.194 orang
4	Oktober	1.491 orang
5	November	4.657 orang
6	Desember	4.216 orang
	Jumlah	23.807 orang

Sumber : Data Sekunder, 2019

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama melakukan PLI 2 dan observasi beserta wawancara penulis di lapangan pada waktu pra penelitian tanggal 1 Februari - 11 Februari 2019 kepada 10 orang tamu yang sedang mengadakan *meeting* di Hotel The Axana Padang. Dari hasil wawancara penulis kepada 10 orang tamu tersebut, tujuh orang tamu tidak puas dengan fasilitas *servicescape function room*. Adapun keluhan-keluhan dari tamu tersebut adalah sebagai berikut: 1) sales dan marketing menjanjikan adanya fasilitas berupa sofa bulat yang bisa diputar tetapi kenyataannya sofa bulat tersebut tidak ada, 2) karyawan sering tidak memberikan apa yang diminta tolong oleh tamu, 3) tamu kesulitan akses jalan untuk menuju ke tempat *meeting* dan terpaksa tamu harus lewat tangga darurat bila ada salah satu *lift* yang rusak, 4) suara bising yang terdengar dari luar ruangan yang dapat mengganggu, 5) desain interior *function room* sudah banyak yang rusak dan karpet *function room* yang sudah banyak terdapat spot atau kotor, 6) kurangnya kebersihan dari *function room*, 7) pencahayaan pada *function room* kurang terang, 8) fasilitas dari ruang *meeting* kurang memadai, 9) tamu merasa kesulitan untuk keluar dan masuk dari tempat duduk mereka karena *space* antara meja terlalu kecil, 10) tamu sering bingung untuk mencari tempat ruang *meeting* karena tanda petunjuk untuk *function room* kurang jelas.

Urgensi penelitian ini adalah agar pihak hotel dapat mengevaluasi seberapa pentingnya *servicescape* yang selama ini sudah ada di seluruh *function room* yang ada di Hotel The Axana Padang. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi lagi penurunan jumlah tamu yang mengadakan *meeting* di Hotel The Axana yang disebabkan oleh ketidakpuasan tamu dan penulis juga ingin melihat penilaian dari tamu terhadap *servicescape function room* yang disediakan oleh pihak hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di *function room* Hotel The Axana Padang .

Metode

Jenis penelitian ini digolongkan kepada deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh tamu *government* dan tamu *corporate* yang pernah serta sedang menggunakan jasa *function room* di Hotel The Axana Padang berjumlah 3.968 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 98 orang. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan angket kepada responden, yaitu berupa informasi dari tamu tentang *servicescape* dan kepuasan tamu yang telah di uji validitas serta reliabilitasnya. Data *servicescape* dengan kepuasan tamu di uji dengan uji regresi

linear sederhana dengan rumus: $Y=a + bx$ sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap Y menggunakan rumus koefisien determinasi yaitu: $Kp=r^2 \times 100$ dengan bantuan program SPSS versi 16.99.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Deskripsi Data Variabel Servicescape (X)

Data *servicescape* diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 12 butir pernyataan yang disebarkan kepada 98 orang yang menggunakan function room di Hotel The Axana Padang yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Berdasarkan tabel 2 dibawah ini dapat dilihat hasil distribusi frekuensi variabel X.

Table 2 Distribusi Frekuensi Variabel X (*Servicescape*) N= 98

Kategori	Rentang Skor	F (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	≥ 48	88	89,80
Baik	40 - <48	10	10,20
Cukup	32 - <40	0	0
Buruk	24 - <32	0	0
Sangat Buruk	< 24	0	0
Total		98	100

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Berdasarkan perhitungan statistik variabel *servicescape* terlihat persentase tertinggi sebesar 89,80% dengan rentang skor ≥ 48 memiliki kategori sangat baik.

Data Variabel X (Kepuasan Tamu)

Data kepuasan tamu diperoleh dari menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 15 pernyataan yang diberikan kepada 98 responden yang menggunakan *function room* di hotel The Axana Padang yang telah di uji validitas serta reliabilitasnya. Setelah diperoleh perhitungan statistik variabel kepuasan tamu, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Table 3 Distribusi Frekuensi variabel Kepuasan Tamu di *Function Room* Hotel The Axana Padang N= 98

Kategori	Rentang Skor	F (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	≥ 60	70	71,43
Baik	50 - < 60	26	26,53
Cukup	40 - < 50	2	2,04
Buruk	30 - < 40	0	0
Sangat Buruk	< 30	0	0
Total		98	100

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Hasil perhitungan statistik variabel kepuasan tamu, diperoleh skor tertinggi 71,43% dengan rentang skor ≥ 60 , memiliki kategori sangat baik.

Persyaratan Analisis

Uji Normalitas

Table 4 Hasil Uji Normalitas *Servicescape* dengan kepuasan tamu



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Servicescape	Kepuasan_Tamu
N			98	98
Normal Parameters ^a		Mean	51.83	62.21
		Std. Deviation	3.358	5.665
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.107	.115
		Positive	.098	.077
		Negative	-.107	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z			1.058	1.142
Asymp. Sig. (2-tailed)			.213	.147

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Dapat dilihat nilai Asymp. Sig. *servicescape* yaitu 213 serta kepuasan tamu di *function room* 147. Nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua data terdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Table 5 Hasil Uji Homogenitas Variabel *Servicescape* dengan Kepuasan Tamu di *Function Room* Hotel The Axana Padang

Test of Homogeneity of Variances			
Kepuasan_Tamu			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.995	13	82	.464

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Hasil signifikansi uji homogenitas sebesar $464 \geq 0,05$. Artinya nilai signifikansi data lebih besar dari taraf yang ditentukan, dapat dikatakan bahwa data bersifat homogeny serta berasal dari populasi yang sama.

Uji Linearitas

Table 6 Data Hasil Uji Linearitas *Servicescape* dengan Kepuasan Tamu pada *Function Room*

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Tamu* <i>Servicescape</i>	Between (Combined) Groups	1657.463	15	11.498	6.227	.000
	Linearity	1237.661	1	1237.661	69.750	.000
	Deviation from Linearity	419.801	14	29.986	1.690	.074
	Within Groups	1455.037	82	17.744		
Total		3112.500	97			

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Nilai signifikansi uji linearitas sebesar 0,074 dengan taraf signifikansi > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang linear pada kedua variabel tersebut.

Pengujian Hipotesis**Table 7** *R Square* variabel *servicescape* terhadap kepuasan tamu

Model Summary ^b					
Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.398 ^a	63.374	1	96	.000

a. Predictors: (Constant), *Servicescape*

b. Dependent Variable: Kepuasan_Tamu

Sumber: Data Primer, 2019 (Diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,398, dapat dikatakan bahwa pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu yaitu 39% sementara itu 61% dipengaruhi oleh faktor lain seperti: harga, kualitas pelayanan, emosional faktor, biaya dan kemudahan.

Pembahasan***Servicescape***

Diperoleh sebanyak 88 orang sampel menunjukkan kategori sangat baik, dengan persentase 89,80% berada pada rentang skor ≥ 48 . *Servicescape* dapat dilihat dari 3 indikator yaitu: kondisi sekitar (*ambient conditions*), spasial layout dan fungsional (*spatial layout and functional*), tanda, simbol, dan artefak (*signs, Symbols, and artifacts*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *servicescape* di Hotel The Axana Padang memiliki kategori sangat baik. Sesuai dengan pendapat Lovelock dalam Lumentut dan Palandeng (2014), "*Servicescape* adalah segala sesuatu yang secara fisik hadir disekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan, baik secara internal maupun eksternal".



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.

Kepuasan Tamu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh bahwa dari 98 orang sampel untuk variabel kepuasan tamu, terdapat sebanyak 70 orang sampel menunjukkan kategori sangat baik pada persentase 71.43%. Hasil dari pengkategorian persentase di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu yang pernah dan sedang menggunakan *function room* di yang didapat dari lima indikator menunjukkan kategori sangat baik. Menurut Tjiptono (2014: 142), “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”.

Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu di *Function Room* Hotel The Axana Padang. Pengujian hipotesis yang dipakai untuk mencari pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Tamu di *Function Room* Hotel The Axana Padang dengan menggunakan analisis dengan bantuan SPSS 16.00. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan hasil bahwa nilai konstanta sebesar 7.091 memiliki taraf signifikansi. 0,000 dan diperoleh nilai t sebesar 1,022 dengan taraf, disimpulkan bahwa kedua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan, kemudian diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,064 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05, Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *servicescape* akan meningkatkan 1,064 satuan kepuasan tamu. Selanjutnya diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,398, artinya pengaruh variabel *servicescape* terhadap variabel kepuasan tamu adalah sebesar 39% sedangkan 61% dipengaruhi oleh faktor lain seperti: harga, kualitas pelayanan, faktor emosi, biaya dan kemudahan, sehingga H_a diterima.

Menurut Lovelock dalam Lumentut dan Palandeng (2014), “*Servicescape* adalah segala sesuatu yang secara fisik hadir disekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan, baik secara internal maupun eksternal”.

Bila *servicescape* dari *function room* sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu, maka tamu yang pernah dan sedang menggunakan *function room* akan memberi penilaian yang baik terhadap *servicescape function room* tersebut. Jika *servicescape* disediakan melebihi yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsi ideal. Sebaliknya, jika *servicescape* yang disediakan buruk dibandingkan dengan yang diharapkan oleh tamu, maka *servicescape* tersebut dipersepsi buruk. Oleh sebab itu baik atau buruknya penilaian dari tamu terhadap *servicescape* yang disediakan tersebut tergantung kepada penyedia jasa dalam memenuhi harapan tamu.

Simpulan

servicescape di *function room* secara keseluruhan tergolong sangat baik dengan persentase sebesar 89,80%, kemudian kepuasan tamu di *function room* Hotel The Axana Padang secara keseluruhan di kategorikan sangat baik dengan persentase sebesar 71,43%. Selanjutnya diperoleh pengaruh yang signifikan antara *servicescape* terhadap kepuasan tamu berdasarkan hasil uji hipotesis *regresi linear* sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 7,091 dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05, kemudian diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 1,064 dengan taraf sig. 0,000 < 0,05, artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *servicescape* akan meningkatkan 1,064 satuan kepuasan tamu di *function room* Hotel The Axana Padang dan diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,398, dapat diartikan bahwa pengaruh variabel *servicescape* dengan variabel kepuasan tamu di *function room* Hotel The Axana Padang sebesar 39%, sedangkan 61% dipengaruhi oleh faktor lain seperti: faktor emosi, biaya atau kemudahan, harga kualitas pelayanan.

Saran

Bagi Pihak Hotel The Axana Padang

Agar pihak hotel dapat menjaga dan melengkapi simbol urgensi seperti: *emergency exit* dan *no smoking signs* untuk *function room*, mengontrol suhu udara di

function room, meningkatkan kerapian penataan layout untuk *function room*, menjaga dan merawat dekorasi di dalam *function room* tersebut.

Walaupun penilaian tamu di *function room* sangat puas terhadap *servicescape*, tetapi berdasarkan sub indikator harga yang ditawarkan sesuai dengan perjanjian atau kontrak, terpenuhinya harapan pelanggan atau tamu, loyal terhadap produk/jasa, keinginan untuk mempromosikan kepada orang lain, penilaian tamu kurang puas, seharusnya pihak hotel memberikan harga sesuai dengan perjanjian atau kontrak, meningkatkan pelayanan terutama kepada tamu yang menggunakan *function room*, memberikan apresiasi kepada tamu yang telah menggunakan *function room* agar tamu merasa dihargai dan puas serta loyal terhadap produk/jasa dan tamu bersedia merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Diharapkan jurusan pariwisata untuk dapat menambah dan melengkapi buku referensi di perpustakaan jurusan yang berkaitan dengan pemasaran jasa, sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam penyusunan skripsi maupun karya tulis ilmiah lainnya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada orang yang akan meneliti selanjutnya agar dapat memperluas dan mengembangkan teori tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan *servicescape* seperti: *design*, warna dan bentuk serta faktor yang berhubungan dengan kepuasan tamu seperti: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lovelock, C.(Eds.). (2010). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perpektif di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lumentut, F.L., & Palandeng, I.D. (2014). Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado. *Journal EMBA*. 2(3), 126-136.
- Masloman, M., Lumanauw, B., & Trang. I. (2014). Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado. *Jurnal EMBA*. 2(4), 589-601.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2013 Standar Usaha Hotel. 27 September 2013. *Lembaran Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1186*. Jakarta.
- Ramadani, B. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Waiter/Waitress terhadap Kepuasan Tamu D'café Restaurant Hotel Axana Padang*. Skripsi Padang: Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP.
- Sales & Marketing Department Hotel The Axana Padang 2019.
- Tjiptono, F.(2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Kepariwisataaan. 16 Januari 2009. *Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2009 Nomor 11*. Jakarta.
- Wardi, Y. (2016). *Pemasaran Jasa Realitas di Indonesia*. Padang: Sukabina Press.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author and Universitas Negeri Padang.