

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
VCOFFE SHOP PADANG**

SKRIPSI



Oleh :

**Muhammad Ridho Wahyudi
18135299 / 2018**

**PROGRAM STUDI (D4) MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
VCOFFE SHOP PADANG**

Nama : Muhammad Ridho Wahyudi
NIM/BP : 18135299/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

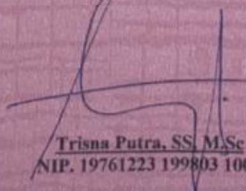
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

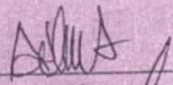
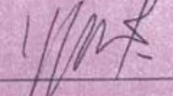
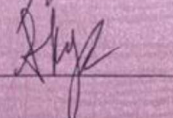
HALAMAN PENGESAHANSKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di
VCoffe Shop Padang
Nama : Muhammad Ridho Wahyudi
NIM/BP : 18135299/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 16 Februari 2023

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Nidia Wulansari, M.M	1. 
2. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M	2. 
3. Anggota : Arif Adrian, S.E, M.SM	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

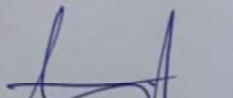
Nama : Muhammad Ridho Wahyudi
NIM/TM : 18135299/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

"Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di VCoffe Shop Padang " adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP.19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



Muhammad ridho wahyudi
NIM. 18135299

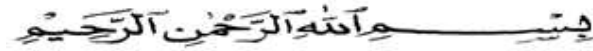
ABSTRAK

Muhammad Ridho Wahyudi, 2023. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Vcoffee Shop* Padang. Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya keluhan konsumen tentang harga di *vcoffee shop* padang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *Vcoffee shop* Padang, Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan bentuk hubungan kausal. Penelitian ini dilaksanakan di *Vcoffee shop* padang. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (harga) dan variabel terikat (Kepuasan konsumen). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke *Vcoffee shop* padang. Responden penelitian ini berjumlah 92 orang yang di peroleh dengan teknik sampel *non probability sampling*. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data menggunakan komunikasi tidak langsung atau menyebarkan angket. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner (angket) yang disusun menurut skala likert. Uji coba instrumen dilakukan dengan cara uji validitas dan uji reabilitas. Langkah-langkah menganalisis data statistik dasar hasil penelitian dan deskripsi data. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas. Hasil penelitian ini adalah harga di *Vcoffee shop* Padang di menunjukkan secara keseluruhan termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase 60,2%. dan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori puas dengan persentase 69,57%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen di *Vcoffee shop* Padang dengan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,514, dengan $\text{sig.} 0,000 < 0,05$ artinya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 51,4% sedangkan 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kepuasan, Konsumen

KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Vcoffe Shop Padang*”**.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang. Dalam skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc, sebagai Ketua Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nidia Wulansari, SE, MM, selaku pembimbing Skripsi.
4. Bapak Youmil Abrian, SE.M.M, selaku penguji satu.
5. Bapak Arif Adrian, SE, M.SM, selaku penguji dua.
6. Seluruh pihak terkait yang telah mengizinkan dan membantu peneliti untuk melaksanakan penelitian di Coffe shop tersebut.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti, Amin Ya Rabbal’alamin. Penulis menyadari bahwa pada penelitian ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti bersedia menerima segala kritik dan

saran yang membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri khususnya dan pembaca pada umumnya.

Padang, 3 Januari 2023

Muhammad ridho wahyudi
18135299/2018

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABELiii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BABI PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. BatasanMasalah	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Teori	9
B. Kerangka Konseptual.....	16
C. Hipotesis Penelitian	17
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
C. Variabel Penelitian.....	18
D. Defenisi Operasional Variabel.....	19
E. Populasi dan Sampel	19
F. Teknik Pengumpulan Data.....	21
G. InstrumenPenelitian.	21
H. Uji Coba Instrumen.....	24
I. Teknik Analisis Data.....	26
J. Uji persyaratan analisis	27
K. Pengujian Hipotesis	30
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Analisis karakteristik responden.....	31
1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	
2. Karakteristik berdasarkan umur	31
3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	32
4. Karakteristik berdasarkan pendapatan.....	33
5. Karakteristik berdasarkan kunjungan	33
B. Deskripsi data	34

1. Deskripsi data harga	34
2. Deskripsi data kepuasan konsumen.....	46
3. Analisis regresi logistic	57
C. Pembahasan.....	61
BAB V. PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	31

DAFTAR TABEL

1. Data Penjualan Minuman Bulan Januari – Juni 2022	4
2. Menu Perbandingan	5
3. Pilihan Jawaban Skala Likert	22
4. Pilihan jawaban skala gutmann.....	22
5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	23
6. Hasil uji validitas	25
7. Interpretasi nilai	26
8. Uji reliabilitas harga.....	27
9. Uji reliabilitas kepuasan konsumen	27
10. Klasifikasi skor	28
11. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	31
12. Karakteristik berdasarkan umur	31
13. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	32
14. Karakteristik berdasarkan pendapatan	33
15. Karakteristik berdasarkan kunjungan.....	33
16. Statistic variabel harga	35
17. TCR harga	36
18. Statistic keterjangkauan harga.....	37
19. TCR keterjangkauan harga.....	38
20. Statistic daya saing harga	39
21. TCR daya saing harga	40
22. Statistic harga dan kualitas.....	41
23. TCR harga dan kualitas	42
24. Statistic harga dan manfaat	44
25. TCR harga dan manfaat	45
26. Statistic kepuasan konsumen.....	46
27. Rekapitulasi responden kepuasan	47
28. Statistic kesesuaian harapan.....	48
29. Pernyataan 11	49
30. Pernyataan 12	50

31. Pernyataan 13	50
32. Statistic minat berkunjung kembali.....	51
33. Pernyataan 15	52
34. Pernyataan 16	53
35. Statistic kesediaan merekomendasikan	53
36. Pernyataan 17	55
37. Pernyataan 18	56
38. Pernyataan 19	56
39. Classification table.....	57
40. Variable in the equation step 0.....	58
41. Omnibus tests of model coefficients	59
42. Modal summary	59
43. Uji kelayakan model regresi.....	60
44. Variabel in the equation step 1.....	61

DAFTAR GAMBAR

1. <i>Vcoffee shop</i> padang.....	4
2. Dokumentasi hasil wawancara di <i>Vcoffee</i> Padang.....	4
3. Ulasan konsumen	6
4. Kerangka konseptual.....	17
5. Histogram harga	36
6. Histogram keterjangkauan harga.....	38
7. Histogram daya saing harga	40
8. Histogram kesesuaian harga dan kualitas	42
9. Histogram kesesuaian harga dan manfaat.....	44
10. Histogram kepuasan konsumen.....	47
11. Histogram kesesuaian harapan.....	49
12. Histogram minat berkunjung kembali.....	52
13. Histogram kesediaan merekomendasikan	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, mengusahakan obyek, usaha pariwisata dan usaha lain terkait dividing tersebut. Salah satu usaha yang mendukung jasa pariwisata yaitu kuliner. Bisnis kuliner yang terus tumbuh dan berkembang di era saat ini diantaranya yaitu kafe dan restoran. Menurut Ismayanti (2010:1) “Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha”. Program pengembangan pariwisata dilakukan untuk memberikan peluang dalam mengembangkan sektor wisata. Salah satu sektor yang menjadi daya tarik pariwisata adalah produk wisata. Kondisi ini menjadi pendorong bagi pelaku bisnis untuk membuka usaha di bidang kuliner, yang menjadi salah satu usaha kuliner terpopuler dikalangan masyarakat Sumatera Barat saat ini adalah usaha *coffee*.

Sumatera barat memiliki jumlah penggemar kopi yang cukup banyak. Hal ini disebabkan oleh lahan kopi yang terbentang luas sepanjang daerah Sumatera Barat. Biji kopi yang dihasilkan oleh daerah ini juga mempunyai kualitas cukup baik. Kebiasaan minum kopi yang diawali oleh budaya barat kemudian menjadi *trend* dan banyak digemari oleh masyarakat umum termasuk kalangan muda mudi kota Padang. Perilaku berbelanja dan menikmati suatu produk berdasarkan *trend*, emosi, perasaan nyaman, sukacita, kegembiraan merupakan salah satu contoh motif *hedonic* (Kasnaeny dkk,2013)

Padang adalah kota budaya yang mana di penuh oleh banyak pelajar, salah satunya yaitu mahasiswa, dimana banyaknya mahasiswa yang tinggal di kota ini untuk mencari ilmu. Seiring dengan banyaknya mahasiswa dan juga muda mudi yang suka berkumpul di *coffee shop* yang berada di Padang, membuat bisnis di bidang *coffee shop* ini bertambah. *Coffee shop* yang ada ini pun beragam jenisnya, mereka menjual bukan hanya produknya saja tetapi juga suasana, desain, serta pelayanannya. Konsep yang ditawarkan di berbagai *coffee shop* pun beragam, ada yang memiliki konsep vintage, konsep alam terbuka dan lain-lain. *Coffee shop* biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. *Coffee shop* bisa diartikan sebuah cafe kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana.

Dalam sebuah bisnis usaha *Coffee shop*, tentunya kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi pengusaha itu sendiri, karena dengan tercapainya kepuasan konsumen maka akan berdampak baik terhadap loyalitas konsumen untuk jangka waktu yang lama. Menurut Kotler dan Keller (2010:211) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Adapun indikator dari kepuasan konsumen itu sendiri diantaranya yaitu Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101) diantaranya yaitu: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Firmansyah,2018) yaitu Kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi dari pelanggan.

Harga merupakan hal yang paling penting diketahui oleh konsumen, karena dari harga itulah konsumen mampu menganalisa jumlah biaya yang akan dikeluarkan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Menurut Alma (2013: 169) "Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan harga menurut Tjiptono (2016: 219), menyatakan bahwa harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.". Secara garis besar indikator harga menurut Stanton (2010: 308) terdiri dari: Keterjangkauan harga, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Vcoffee merupakan salah satu *Coffee shop* yang ada di kota Padang, *VCoffee* Padang merupakan *coffee shop* yang terletak di Jl. Raden Saleh No. 3, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Barat, kota Padang, dimana *coffee shop* ini dulu sangat populer di kalangan anak muda dan juga *coffee shop* ini banyak dikunjungi oleh penikmat kopi, baik itu dari kalangan mahasiswa maupun kalangan masyarakat modern. Berikut adalah data hasil penjualan produk *Vcoffee* dalam beberapa bulan di awal tahun 2022 :

Tabel 1. Data Penjualan Minuman Bulan Januari - Juni 2022 *VCoffee* Padang

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Target penjualan
		2022	2022
1	Januari	1.401	2.000
2	Februari	983	2.000
3	Maret	1.321	2.000
4	April	1001	2.000
5	Mei	876	2.000
6	Juni	987	2.000
JUMLAH		6.567	12.000

Sumber: *VCoffee* Padang 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi turun naiknya data penjualan diantaranya pada bulan februari, mei dan juni, serta dimana dari bulan januari - juni *Vcoffee* bahkan tidak mencapai angka target penjualan yang telah pihak pengelola tetapkan, diduga karena harga yang ditawarkan terlalu mahal. Berikut adalah gambaran dari *VCoffee Shop* Padang:



Gambar 1. VCoffee Shop Padang 2022

Bersantai di kedai kopi kini menjadi sesuatu yang sering dijumpai di kota-kota besar. Fenomena ini erat kaitannya dengan berbagai kalangan, tidak hanya di kalangan orang tua, *coffee* juga tentunya dinikmati oleh kalangan muda dengan rentang usia remaja hingga dewasa. Bahkan minum kopi menjadi sebuah ritual wajib bagi sekelompok orang dan sudah menciptakan gaya hidup “No coffee, no workee”. Fenomena munculnya berbagai *Coffee Shop* di kota Padang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir, dikarenakan orang-orang ingin menghabiskan waktu untuk bersantai dan berkumpul bersama teman.



Gambar 2. Dokumentasi hasil wawancara 2022

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis terdapat ketidakpuasan konsumen terhadap *Vcoffee* yaitu 10 konsumen yang sudah membeli minuman di *Vcoffee* Padang di dapatkan bahwa 6 dari 10 konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh *Vcoffee* Padang terlalu mahal dibandingkan dengan tempat lain. Kemudian 6 dari 10 konsumen juga mengatakan bahwa kualitas produk *coffee shop* lain lebih bagus dibandingkan yang *vcoffee* jual. Serta terdapat juga masalah terkait harga yaitu 6 dari 10 konsumen mengatakan bahwa kualitas dengan harga kurang sesuai. Terkait hasil dari wawancara diatas pada konsumen yang sama, penulis temukan bahwa 6 dari 10 konsumen mengatakan bahwa kurang berkenan untuk datang kembali serta 6 dari 10 konsumen tidak mau untuk merekomendasikan kepada orang lain dikarenakan faktor harga yang kurang sesuai. Berikut tabel daftar harga menu perbandingan *Vcoffee* dengan beberapa usaha *coffee shop* lain yang ada dikota Padang.

Tabel 2. Menu Perbandingan *Vcoffee*

MEREK MINUMAN YANG SAMA DENGAN HARGA YANG BERBEDA					
NO	Merek Minuman	<i>Coffee Loku</i>	<i>Vcoffee</i>	<i>Parewa Coffee</i>	<i>Flambo Coffee</i>
1	Espresso	12.000	15.000	14.000	13.500
4	Cafe latte	17.000	23.000	22.000	20.000
6	Lemon tea	16.000	20.000	18.000	19.000
7	Lychee tea	20.000	22.000	21.000	21.000
9	V60	20.000	17.500	15.000	16.000
10.	Chocolatte	18.000	25.000	23.000	22.000
	Rata-rata Harga	17.167	20.417	18.833	18.583

Sumber : Hasil Observasi, 2022

Berdasarkan tabel diatas rata rata harga produk *Coffee* yang dijual oleh merek lain adalah sebagai berikut: *Coffee Loku* dengan rata-rata harga 17.167, *Parewa coffee* dengan rata-rata harga 18.833, *Flambo coffee* dengan rata-rata

harga 18.583, serta rata-rata harga yang dijual oleh *Vcoffee* sendiri dengan rata-rata harga yaitu 20.417.

Permasalahan selanjutnya yang penulis temui yaitu adanya beberapa keluhan konsumen terkait dengan kepuasan yang konsumen rasakan saat berkunjung ke *Vcoffee* diantaranya yaitu konsumen yang merasa kurang puas dengan pesanan minuman yang dipesan saat berkunjung ke *Vcoffee*, selain itu adanya keluhan tamu terkait harga yang terlalu mahal dan rasa kopi yang biasa saja sehingga tamu merasa tidak puas dengan produk yang ditawarkan *Vcoffee*. Berikut hasil ulasan yang penulis dapatkan di *Google review* dan *Tripadvisor*.



Gambar 3. Ulasan konsumen



Gambar 3. Ulasan konsumen 2022

Berdasarkan hasil uraian permasalahan diatas maka urgensi dari penelitian ini adalah harga minuman dipengaruhi oleh kepuasan konsumen indikator harga yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, produk, kesesuaian harga dengan manfaat. Mengingat bahwa harga sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen maka peneliti ingin meneliti lebih dalam terkait dengan pengaruh harga terhadap kepuasan

konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul penelitian tentang **“Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Vcoffe Shop Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti jabarkan di atas maka identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tidak tercapainya target penjualan dari *vcoffee*
2. Konsumen tidak mau datang kembali
3. Konsumen tidak mau merekomendasikan kepada orang lain
4. Ketidakpuasan pengunjung dengan harga yang ditawarkan
5. Kualitas produk dan harga *Vcoffee* tidak sesuai

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, terdapat batasan masalah sebagai berikut:

1. Harga minuman di *vcoffee* padang.
2. Kepuasan konsumen di *vcoffee* padang.
3. Pengaruh harga minuman terhadap kepuasan konsumen di *vcoffee* padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana harga di *vcofee* padang?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di *vcofee* padang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *vcofee* padang?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *vcofee* padang.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan tentang harga di di *vcofee* padang.
- b. Mendeskripsikan tentang kepuasan konsumen di *vcofee* padang.
- c. Mendeskripsikandan menganalisa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *vcofee* padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi *vcofee* padang sebagai evaluasi mengenai harga terhadap kepuasan konsumen di *vcofee* padang.

2. Bagi Jurusan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan penelitian sebagai acuan bagi Mahasiswa Universitas Negeri Padang terutama untuk Jurusan Pariwisata Prodi D4 Manajemen Perhotelan.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk peneliti lainnya.

4. Bagi Penulis

Sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat saat perkuliahan dengan kenyataan yang ada, memperkaya teori dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST).