

TUGAS AKHIR

**PENGARUH PENJUALAN KAMAR MELALUI *WALK IN* DAN
ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP *REVENUE*
PADA HOTEL THE ONE LEGIAN
DI KUTA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NI LUH GEDE DESI PRADNYA SUARI
NIM. 2115613097**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

NIM : 2115613097

Program Studi : D3 Akuntansi

Menyatakan bahwa sesungguhnya Tugas Akhir:

Judul : Pengaruh Penjualan Kamar Melalui *Walk In* dan *Online Travel Agent* Terhadap *Revenue* Pada Hotel The One Legian Di Kuta

Pembimbing : 1. I Komang Sugiarta, SE, MMA
2. Ni Made Mega Abdi Utami, S.Tr.Ak.,M.Ak

Tanggal Uji : 14 Agustus 2024

Tugas Akhir yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar ahli madya dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 31 Juli 2024



Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

**PENGARUH PENJUALAN KAMAR MELALUI *WALK IN* DAN
ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP *REVENUE*
PADA HOTEL THE ONE LEGIAN
DI KUTA**

NAMA : Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

NIM : 2115613097

Tugas Akhir Ini Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali

Disetujui Program Studi Diploma III Akuntansi

Pembimbing I

Pembimbing II


I Komang Sugjartha, SE, MMA
NIP. 196201061992121001


Ni Made Mega Abdi Utami, S.Tr,Akt.,M.Ak
NIP. 202111003

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Disahkan Oleh:

Jurusan Akuntansi

Ketua



I Made Bagiada, S.E., M.Si.,Ak
NIP. 197512312005011003


TUGAS AKHIR
PENGARUH PENJUALAN KAMAR MELALUI *WALK IN* DAN
ONLINE TRAVEL AGENT* TERHADAP *REVENUE
PADA HOTEL THE ONE LEGIAN
DI KUTA

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Uji Pada

Tanggal : 14 Agustus 2024


PANITIA PENGUJI

KETUA:




I Komang Sugiarta, SE, MMA
NIP. 196201061992121001

ANGGOTA:



Kadek Nita Sumiari, S.S.T., M.Si.
NIP. 199007222019032012



Dr. Ir. I Made Suarta, S.E., M.T.
NIP. 196302251990031004

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, penyusunan tugas akhir yang berjudul ”Pengaruh Penjualan Kamar Melalui *Walk In* Dan *Online Travel Agent* Terhadap *Revenue* Pada Hotel The One Legian Di Kuta” tepat pada waktunya. Penulisan tugas akhir dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Vokasi Akuntansi di Politeknik Negeri Bali. Penyusunan tugas akhir ini memperoleh banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Tanpa adanya bantuan dan bimbingan tersebut, sangatlah sulit untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Dalam penyusunan tugas ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini diucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M. eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Bapak I Made Bagiada, S.E., M. Si., Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali
3. Ibu Ni Nengah Lasmini, S.S.T.Ak., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali
4. Ibu Ni Made Wirasyanti Dwi Pratiwi, S.E., M.Agb. Ak, selaku Ketua Prodi Diploma III Akuntansi
5. I Komang Sugiarta, SE, MMA_, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan memberi banyak petunjuk serta nasihat guna menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Ni Made Mega Abdi Utami, S.Tr,Akt.,M.Ak, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan memberi banyak petunjuk serta nasihat guna menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Departemen *Accounting* The One Legian yang telah memberikan pengetahuan mengenai tugas-tugas dari tiap bagian di departemen *accounting*.
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan nasihat selama penyusunan tugas ini.
9. Sahabat dan teman-teman yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan tugas ini.

Penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi, bahasa, dan penulisannya. Untuk itu diharapkan pembaca berkenan memberikan kritik dan saran yang berguna untuk penyempurnaan tugas akhir ini.

Denpasar, Februari 2024



Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

PENGARUH PENJUALAN KAMAR MELALUI *WALK IN* DAN *ONLINE TRAVEL AGENT* TERHADAP *REVENUE* PADA HOTEL THE ONE LEGIAN DI KUTA

ABSTRAK

Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan kamar melalui *walk in* dan *online travel agent* terhadap *revenue* pada Hotel The ONE Legian di Kuta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder berupa jumlah reservasi melalui *walk in* dan *online travel agent* tahun 2021-2023. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, uji t, uji regresi linear berganda, uji F, serta analisis koefisien determinasi. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS, berdasarkan rekapitan hasil uji regresi berganda menunjukkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa penjualan kamar melalui *walk in* dan *online travel agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revenue*. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel *walk in* dan *online travel agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revenue*. Hasil analisis koefisien determinasi pengaruh *walk in* terhadap *revenue* menunjukkan bahwa nilai r square sebesar 0,481 menunjukkan bahwa 48,1% variabel *revenue* dapat dijelaskan melalui variabel *walk in*. Sedangkan koefisien determinasi pengaruh *online travel agent* terhadap *revenue* menunjukkan bahwa nilai r square sebesar 0,872 menunjukkan bahwa 87,2% variabel *revenue* dapat dijelaskan melalui variabel *online travel agent*. Hal ini menunjukkan bahwa pemesanan kamar lebih banyak melalui *online travel agent*. Dengan memesan melalui *online travel agent*, tamu bisa memesan kamar dari jauh hari serta mendapatkan diskon. *Walk in* dan *online travel agent* terhadap *revenue* Hotel The ONE Legian Kuta agar tetap meningkatkan kedua faktor tersebut serta memperhatikan faktor lainnya yang berkaitan dengan *revenue*.

Kata kunci : *Walk In, Online Travel Agent, Revenue*

**THE INFLUENCE OF ROOM SALES THROUGH WALK IN AND ONLINE
TRAVEL AGENT ON REVENUE AT THE ONE LEGIAN HOTEL
IN KUTA**

ABSTRACT

Ni Luh Gede Desi Pradnya Suari

This research aims to determine the effect of room sales via walk-in and online travel agents on revenue at The ONE Legian Hotel in Kuta. The research method used is a quantitative research method with secondary data in the form of the number of reservations via walk-ins and online travel agents in 2021-2023. The data analysis techniques used are descriptive statistical analysis, classical assumption testing, t test, multiple linear regression test, F test, and analysis of the coefficient of determination. The data processing was carried out using the SPSS program, based on the recapitulation of the results of the multiple regression test, which showed that the research results partially showed that room sales through walk-ins and online travel agents had a positive and significant effect on revenue. Simultaneously shows that the walk-in and online travel agent variables have a positive and significant effect on revenue. The results of the analysis of the coefficient of determination of the influence of walk-ins on revenue show that the r square value is 0.481, indicating that 48.1% of the revenue variable can be explained through the walk-in variable. Meanwhile, the coefficient of determination of the influence of online travel agents on revenue shows that the r square value is 0.872, indicating that 87.2% of the revenue variable can be explained through the online travel agent variable. This shows that more room bookings are made through online travel agents. By ordering through an online travel agent, guests can book rooms in advance and get discounts. Walk in and online travel agents on the revenue of The ONE Legian Kuta Hotel to continue to improve these two factors and pay attention to other factors related to revenue.

Keywords : Walk In, Online Travel Agent, Revenue

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	8
2.3 Hotel	10
2.4 Jenis Departemen Hotel.....	10
2.5 Pemasaran.....	12
2.6 Reservasi	13
2.7 Penjualan	17
2.8 Pendapatan Kamar.....	18
2.9 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODOLOGI.....	26
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	26
3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	26
3.3 Kerangka/Metode Pengolahan Data dan Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Data dan Hasil Pengolahan Data Penelitian	31

4. 2 Hasil Analisis Dan Pembahasan.....	42
4. 3 Interpretasi Hasil Penelitian	44
BAB V PENUTUP.....	47
5. 1 Simpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Kamar	3
Tabel 4. 1 Analisis Statistik Deskriptif	31
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas	33
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	34
Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	35
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Parsial	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Simultan.....	39
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh X1 Terhadap Y	40
Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh X2 Terhadap Y	40
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	41



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	9
Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penjualan Kamar Tahun 2021	51
Lampiran 2. Data Penjualan Kamar Tahun 2022	51
Lampiran 3 Data Penjualan Kamar Tahun 2023	52
Lampiran 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	52
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas	53
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas	53
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Lampiran 8. Hasil Uji Autokorelasi	54
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t	54
Lampiran 10. Hasil Uji F	55
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor penghasil devisa terbesar di Indonesia selain Gas dan Minyak Bumi. Berbicara mengenai Industri Pariwisata tentunya kita tidak asing dengan Pulau Bali yang merupakan salah satu pulau yang terkenal dengan sektor pariwisatanya. Dengan pesatnya pertumbuhan pariwisata di Pulau Bali mengakibatkan persaingan antar perusahaan kian meningkat, khususnya perusahaan jasa dalam bidang akomodasi.

Demi meningkatkan pelayanan dalam dunia pariwisata agar dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali, terdapat berbagai fasilitas pariwisata yang dibangun seperti hotel, *resost*, *villa*, *spa* dan *travel*. Hotel merupakan salah satu akomodasi yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan saat melakukan perjalanan berwisata, setiap hotel memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual produk yang dimilikinya seperti *spa*, makanan, minuman, kolam renang, *meeting room*, dan lain sebagainya serta memberikan pelayanan terbaik untuk dapat menarik wisatawan.

Setelah pandemi covid-19 yang melanda negara republik Indonesia beberapa wisatawan melakukan liburan dan menginap di hotel dengan beberapa alasan diantaranya pertama keinginan kuat untuk melarikan diri dari rutinitas yang terkurung selama masa pembatasan sosial dan lockdown. Wisatawan merasa perlu untuk memulihkan kesehatan mental dan fisik mereka setelah menghadapi tekanan pandemi yang berkepanjangan, Kedua, dengan meningkatnya standar kebersihan

dan protokol kesehatan di hotel, wisatawan merasa lebih aman untuk bepergian dan menginap. Selain itu, kemajuan teknologi dan fleksibilitas kebijakan pembatalan juga membuat wisatawan lebih nyaman untuk merencanakan perjalanan. Kombinasi dari faktor-faktor ini mendorong banyak orang untuk kembali bepergian dan menikmati pengalaman menginap di hotel sebagai bagian dari proses pemulihan mereka setelah pandemi.

The One Legian merupakan salah satu hotel yang sudah beroperasi sejak tahun 2010 dengan nama Hotel 101 Legian Bali ini dirancang dengan konsep arsitektur minimalis dan interior minimalis modern. Kembali beroperasi setelah pandemi covid-19, Hotel The One Legian siap menyambut tamu dengan standar kebersihan dan protokol kesehatan yang lengkap. Hotel ini memiliki beberapa fasilitas seperti rooftop pool, regular pool, gym & fitness center, spa, dua buah restoran, mini fridge, TV, free WIFI, dan juga beberapa bar. The One Legian merupakan sebuah hotel yang beralamat di Jl. Legian No. 117, Legian, Kuta, Badung, Bali, memiliki jarak tempuh sekitar 15-20 menit menuju Pantai Kuta yang dikenal dengan sunset yang sangat indah. The One Legian memiliki 300 kamar hotel dengan berbagai jenis kamar dengan fasilitas lengkap setiap kamarnya.

Sistem pemesanan kamar di The One Legian dapat dilakukan secara langsung (*direct booking*) dan secara tidak langsung (*indirect booking*). Pada sistem *indirect booking* biasanya melibatkan orang ketiga dalam proses pemesanan kamar seperti melalui travel agent baik *offline* maupun *online*. Ketika tamu yang memesan kamar melalui *travel agent*, hotel diwajibkan untuk membayar komisi kepada *travel agent* sebesar 15 – 20% dari harga kamar. Namun ketika tamu memesan kamar dengan cara *direct booking*, maka hotel tidak perlu membayar komisi kepada siapapun karena

dalam proses *direct booking* hanya melibatkan konsumen dengan pihak hotel saja. Dengan demikian hasil penjualan kamar dapat menjadi pendapatan hotel, tanpa adanya potongan komisi yang artinya *room revenue* dapat dimaksimalkan.

Direct booking dapat dilakukan dengan langsung menghubungi pihak hotel baik melalui telepon, *e-mail*, *whatsapp*, atau datang langsung ke hotel (*walk-in guest*). Informasi mengenai kontak sudah tertera pada akun sosial media The One Legian seperti *Instagram* dan *Facebook*, serta pada *website* hotel sehingga memudahkan calon tamu untuk melakukan *direct booking*. Dalam proses *direct booking*, pihak tamu sering membandingkan harga kamar pada *online travel agent* dengan harga kamar yang ditawarkan oleh pihak hotel. Pada dasarnya harga kamar yang ditetapkan hotel adalah sama, baik harga di *offline & online travel agent*, situs web, maupun saat *direct booking*. Namun, pada beberapa *online travel agent* harga kamar yang ditampilkan terkadang belum termasuk *tax & service* sehingga terkesan lebih murah. Harga yang sebenarnya baru akan terlihat pada saat tamu mulai proses untuk memesan kamar.

Seiring perkembangan teknologi, masyarakat saat ini dominan memilih melakukan pemesanan kamar melalui *online travel agent* sehingga terlihat jumlah penjualan kamar *indirect booking* lebih mendominasi daripada *direct booking*. Meskipun *travel agent* berkontribusi signifikan sebagai sumber *revenue*, namun sebenarnya *travel agent* memberikan *revenue* yang kecil bagi hotel karena hotel perlu untuk membayar komisi dari setiap pemesanan yang diterima.

Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi dampak penjualan kamar melalui *walk-in* dan *Online Travel Agent (OTA)* terhadap pendapatan hotel, masih terdapat beberapa celah penelitian yang belum sepenuhnya dieksplorasi, terutama dalam konteks pasca-pandemi. Perubahan perilaku konsumen, pergeseran preferensi

booking, serta dampak signifikan dari fluktuasi permintaan akibat pandemi COVID-19 terhadap kedua saluran distribusi ini belum banyak diteliti secara mendalam. Selain itu, belum ada kajian yang secara spesifik membandingkan efektivitas strategi penjualan melalui walk-in dan OTA dalam konteks perhotelan di era new normal, termasuk bagaimana faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi perjalanan dan kebijakan kesehatan mempengaruhi revenue hotel dari kedua saluran tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh penjualan kamar melalui walk-in dan OTA terhadap pendapatan hotel setelah pandemi. Berikut merupakan data penjualan kamar melalui *walk in* dan *online travel agent* di The One Legian

Tabel 1.1 Data Penjualan Kamar Melalui Walk In & Online Travel Agent Periode 2021-2023

No	Tahun	Walk In	OTA
1	2021	372.177.275	1.700.268.956
2	2022	1.385.159.267	19.419.254.109
3	2023	1.073.975.530	11.850.147.394

Sumber: The One Legian, 2024

Pada tabel 1.1 diatas merupakan data pendapatan penjualan kamar hotel dari tahun 2021 hingga 2023. Terdapat dua sumber utama adalah pelanggan *Walk In* dan *Online Travel Agent*. Pendapatan diatas merupakan hasil dengan penjualan kamar yang mengalami *fluktuatif* sesuai dengan *season* yang terjadi pada hotel pada tahun 2021-2023. Penjualan kamar melalui *walk in* meningkat pada tahun 2021 hingga 2022, namun pada tahun 2023 penjualan kamar melalui *walk in* menurun. Sebaliknya, penjualan kamar melalui *online travel agent* mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan pengunjung merasa lebih mudah memesan

kamar melalui *online travel agent*. Selain itu juga banyak promo dan penawaran khusus jika memesan kamar melalui *online travel agent*, sehingga pengunjung mendapatkan harga yang lebih murah daripada memesan langsung melalui *walk in*. Penjualan kamar melalui *online travel agent* mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun penjualan kamar setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan dikarenakan adanya *high season*, *peak season*, dan *low season*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *revenue* yang terjadi di The One Legian, sehingga judul penelitian ini adalah “Pengaruh Penjualan Kamar Melalui *Walk In* dan *Online Travel Agent* Terhadap *Revenue* Pada Hotel The One Legian”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut dengan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penjualan kamar secara *walk in* terhadap *revenue*?
2. Bagaimana pengaruh penjualan kamar secara *online travel agent* terhadap *revenue*?
3. Bagaimana pengaruh penjualan kamar secara *walk in* dan *online travel agent* terhadap *revenue*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penyusunan laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kamar secara *walk in* terhadap *revenue*.

2. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kamar secara *online travel agent* terhadap *revenue*.
3. Untuk mengetahui pengaruh penjualan kamar secara *walk in* dan *online travel agent* terhadap *revenue*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk dijadikan perbandingan antara teori yang didapat selama mengikuti perkuliahan dengan implementasinya pada sebuah perusahaan.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian nantinya akan dijadikan referensi bagi mahasiswa dalam melakukan sebuah penelitian yang lebih mendalam mengenai harga pokok produksi dalam sebuah usaha.

3. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan saran atau masukan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan pengambilan keputusan terutama dalam *revenue* dan jumlah kamar melalui *walk in* dan *online travel agent*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pokok permasalahan, tujuan penelitian dan analisis data dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Penjualan kamar secara *walk in* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revenue*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pemesanan kamar yang dilakukan oleh tamu secara langsung saat mereka tiba di hotel maka akan meningkatkan *revenue* pada Hotel The One Legian Kuta.
2. Penjualan kamar secara *online travel agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revenue*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pemesanan kamar yang dilakukan oleh tamu melalui *online travel agent* maka akan meningkatkan *revenue* pada Hotel The One Legian Kuta.
3. Penjualan kamar secara *walk in* dan *online travel agent* signifikan terhadap *revenue*. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pemesanan kamar yang dilakukan oleh tamu secara langsung maupun melalui *online travel agent* maka akan meningkatkan *revenue* pada Hotel The One Legian Kuta.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, dapat dikemukakan saran yang dapat diberikan sebagai pertimbangan bagi pihak manajemen Hotel The One Legian dan Peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Hotel The One Legian Kuta

Mempertahankan penjualan kamar melalui *online travel agent* terhadap *revenue* pada Hotel The One Legian Kuta karena itu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan kamar pada jaman ini, serta untuk manajemen Hotel The One Legian diharapkan melakukan evaluasi terhadap aktivitas untuk meningkatkan penjualan kamar melalui *walk in* agar memberikan kontribusi yang signifikan pada jaman ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada pihak peneliti mendatang dapat memodifikasi model penelitian dengan menambahkan atau mengembangkan indikator maupun variabel lain, dan memungkinkan digunakan pada institusi lainnya. Hal ini didasari bahwa faktor yang mempengaruhi *revenue* cukup banyak dan berbeda dengan kondisi institusi satu sama lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agata Caludia Mawardi, & Eko Harry Susanto. (2020). Pengaruh Online Booking & Offline Booking Terhadap Peningkatan Occupancy Pada Marc Hotel Passer Baroe. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Bagyono. (2006). *Hotel front office teori dan praktek*. Alfabeta.
- Bagyono. (2014). *Pariwisata dan Perhotelan* . Alfabeta.
- Deny Kharisma M, Sastri Pitanatri, & Hendri Pramana. (n.d.). Pengaruh saluran distribusi offline dan online travel agent dan implikasinya terhadap revenue per available room di the anvaya beach resort bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas* .
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian (II)*. Andi Offset.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multiverse dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Unoversitas Diponegoro.
- Hadi, W. (2014). Peranan dalam Membentuk Citra Positif di Dunia Perhotelan. . *Jurnal Khasanah Ilmu* , 1–12.
- Karang Kartika, I. W. A. (2022). *Pengaruh Saluran Distribusi Direct Booking Dan Indirect Booking Terhadap Pendapatan Kamar Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali*.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiarto. (2004). *Hotel Front Office Administration*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.