

STRATEGI *UP-SELLING* PADA SERENITY SPA & SALON DI LE MERIDIEN HOTEL BALI JIMBARAN



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Putu Ratih Cintya Dewi

2215713130

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2025

STRATEGI *UP-SELLING* PADA SERENITY SPA & SALON DI LE MERIDIEN HOTEL BALI JIMBARAN



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Putu Ratih Cintya Dewi

2215713130

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2025

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian	8
1. Lokasi Penelitian	8
2. Objek Penelitian	8
3. Data Penelitian.....	8
4. Metode Analisis Data	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Pemasaran.....	12
B. Bauran Pemasaran	12

C.	<i>Personal Selling</i>	17
D.	<i>Up-selling</i>	18
1.	Bentuk-bentuk <i>Up-selling</i>	18
2.	Manfaat <i>Up-selling</i>	19
3.	Proses <i>Up-selling</i>	20
E.	Strategi <i>Up-selling</i>	20
	Contoh <i>Up-selling</i> dan penerapannya	21
F.	Flowchart.....	22
BAB III	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	25
A.	SEJARAH PERUSAHAAN	25
B.	BIDANG USAHA	30
C.	STRUKTUR ORGANISASI DAN URAIAN JABATAN	48
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A.	KEBIJAKAN PERUSAHAAN	58
B.	ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	59
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	66
A.	SIMPULAN.....	66
B.	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Le Meridian Bali Jimbaran.....	26
Gambar 3. 2 Marriot Bonvoy Group	27
Gambar 3. 3 La Fête.....	28
Gambar 3. 4 Avec Amour	28
Gambar 3. 5 Au Soleil	29
Gambar 3. 6 Award Reader’s Choice.....	29
Gambar 3. 7 Award Reader’s Choice.....	30
Gambar 3. 8 Classic Room.....	31
Gambar 3. 9 Deluxe Lagoon View	32
Gambar 3. 10 Deluxe Lagoon Access.....	33
Gambar 2. 11 Aqua Studio Suite Lagoon View King Bed.....	34
Gambar 3. 12 Aqua Studo Suite Lagoon Access	35
Gambar 3. 13 Avant Garde 1 Bed Room Suite	36
Gambar 3. 14 Avant Garde 2 Bed Room Suite	37
Gambar 3. 15 Aqua Pool Sky Penthouse.....	38
Gambar 3. 16 Oceanic View Sky Villa.....	39
Gambar 3. 17 Grande Avant Garde Suite	40
Gambar 3. 18 Bamboo Chic Restaurant	41
Gambar 3. 19 Smoqee Sport Bar Lounge.....	42
Gambar 3. 20 Smoqee Sky Bar	42
Gambar 3. 21 Pool Bar	43
Gambar 3. 22 Wala	44

Gambar 2. 23 Salt Water Lagoon.....	44
Gambar 3. 24 Serenity SPA.....	45
Gambar 3. 25 Fitness Centre.....	46
Gambar 3. 26 J Kids Club Sumber: Le Meridien Bali Jimbaran, 2024 ...	47
Gambar 3. 27 Jimbaran 1	48
Gambar 3. 28 Bale Banjar Le Méridien Bali Jimbaran	48
Gambar 3. 29 Struktur Organisasi Le Meridien Bali Jimbaran	49
Gambar 3. 30 Struktur Organisasi Departmen Life Style	53
Gambar 4 1 Flowchart Rangkaian Upselling.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Serenity SPA Bulan Januari - Desember 2024	4
Tabel 2 1 Simbol Simbol Flowchart.....	23
Tabel 3. 2 Function Room	48
Tabel 4 1 Penerapan Up-Selling Pada Setrenity SPA & Salon.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Beserta Jawaban Wawancara.....	69
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	71
<i>Lampiran 3 Voucher Complimentary dan ENT.....</i>	<i>72</i>
Lampiran 4 Produk yang dijual Di Serenity Spa & Salon	73
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I.....	74
Lampiran 6 Surat Layak Ujian Dosen Pembimbing I.....	75
Lampiran 7 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II.....	76
Lampiran 8 Surat Layak Ujian Dosen Pembimbing II.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang melibatkan perjalanan yang dilakukan secara berkala, baik dengan perencanaan maupun spontan. Kegiatan ini dapat memberikan pengalaman menyeluruh bagi pelakunya, mulai dari pengalaman budaya, alam, hingga pengalaman kuliner. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi suatu kegiatan yang sangat bermanfaat bagi wisatawan, karena dapat memberikan kesempatan untuk memperluas pengetahuan, memperkaya pengalaman, dan memperkuat hubungan dengan lingkungan sekitar. "Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk di kembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat, yang tentunya mampu menaikkan taraf hidup masyarakat Bali".

(Swandewi, dkk, 2021). Selain pulau seribu pura Bali adalah salah satu destinasi favorit bagi wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Bali memiliki pesona keindahan alam yang sangat indah seperti Gunung Agung, Pura Besakih, Pura Tanah Lot, Taman Ujung selain dengan keindahan alamnya keramahan penduduk Bali pun menjadi salah satu hal yang sangat disukai oleh

turis mancanegara maupun lokal. Di mana Bali memiliki banyak lahan untuk dijadikan sebagai sektor pariwisata, oleh karena itu banyaknya bangunan hotel-hotel yang memilih untuk menghadap *view* langsung ke alam membuat para pengusaha menjadi tertarik untuk membeli agar wisatawan menjadi lebih banyak untuk datang ke Bali hotel merupakan salah satu sarana pendukung usaha pariwisata yang bergerak dibidang jasa untuk mencari keuntungan dengan cara memberikan pelayanan berupa penyediaan akomodasi beserta pelayanan *massage* bagi para wisatawan sangat berperan dalam sektor pariwisata.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Prananta, 2024) yang berjudul Strategi Upselling Di Hotel Sofitel Bali Nusa Dua menyatakan bahwa pelaksanaan strategi up selling adalah dengan menganalisa preferensi tamu, menjelaskan keunggulan/keunikan produk terlebih dahulu sebelum menyampaikan harga, serta dengan menggunakan bahasa yang lebih menarik dan persuasif dapat membuat pelanggan lebih tertarik akan produk yang ditawarkan.

Up-selling adalah strategi penjualan dimana staff hotel berusaha meyakinkan tamu untuk membeli produk atau layanan tambahan yang lebih baik atau lebih mahal, seperti memberi free massage 30 menit. Dengan meningkatnya persaingan di industri perhotelan, strategi upselling menjadi krusial untuk meningkatkan pendapatan hotel. Up-selling ini memiliki manfaat yaitu meningkatkan *revenue* department dan *reward* berupa *incentive* 5% dari total up-selling yang dilakukan, namun ketika tidak

mencapai target maka akan berpengaruh pada pandangan manajemen terhadap kinerja spa. Selain itu manajemen juga melakukan *briefing* rutin untuk menunjang keberhasilan Serenity SPA & Salon dalam melakukan up-selling.

Hotel Le Meridien Bali Jimbaran termasuk hotel bintang 5 yang berlokasi di Jl. Bukit Permai, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan., Kabupaten Badung, didirikan pada tahun 1972 oleh Air France yang memiliki kamar 118 unit. Dalam menjalankan kegiatan operasional hotel ini memiliki beberapa department yaitu: *Front Office Department, Houskeeping Department, Sales and Marketing Department, Accounting Department, Engineering Department, Security Department, Human Resources Department, Food and Beverage Department, Lifestyle Department.*

Sebagai salah satu industri jasa dalam akomodasi, usaha perhotelan dalam menjalankan operasional dan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai. salah satu fasilitas penunjang hotel yang menghasilkan pendapatan yakni adalah Spa. Spa merupakan salah satu metode kesehatan tradisional dengan melakukan perawatan yang memberikan sensasi *relax* dan ketenangan.

Serenity Spa di Le Meridien Bali Jimbaran menerapkan berbagai strategi pemasaran upselling, baik secara online maupun offline untuk menjangkau konsumen di seluruh dunia. Demi tercapainya suatu pemasaran yang diinginkan perusahaan melakukan pemilihan target

pasar untuk menentukan target yang spesifik. Jadi, Serenity Spa di Le Meridien Bali Jimbaran memiliki target pasar utama di Eropa dan Asia hal ini dikarenakan wisatawan dari daerah tersebut memiliki minat dengan destinasi wisata yang eksotis dan layanan perhotelan yang berkualitas tinggi. Dengan fokus pada target pasar ini, hotel membentuk strategi pemasaran yang lebih tepat dan menarik bagi mereka. Ini juga memungkinkan hotel menyesuaikan penawaran mereka dengan kebutuhan dan preferensi tamu dari Eropa dan Asia sehingga meningkatkan peluang untuk menarik lebih banyak tamu dan dapat menjalin kedekatan kepada tamu. dapat dilihat dari tabel 1.1 mengenai penjualan SPA.

Tabel 1.1 Penjualan Serenity SPA Bulan Januari - Desember 2024

BULAN	BUDGET 24	MTD 24	PERCENTAGE
Januari	75.331.500	90.979.678	21%
Februari	42.625.000	99.724.995	134%
Maret	64.350.000	92.815.870	44%
April	85.250.000	122.544.131	44%
Mei	97.300.000	156.692.178	61%
Juni	139.975.000	126.963.712	-9%
Juli	173.525.000	162.577.358	-6%
Agustus	154.550.000	162.424.306	5%
September	165.825.000	118.003.676	-29%
Oktober	154.550.000	122.305.769	-21%
November	130.350.000	125.665.265	-4%
Desember	122.650.000	108.683.981	-11%
TOTAL	1.406.311.500	1.489.380.919	6%

Sumber: Le Meridien Bali Jimbaran

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa *Month to Date* (Target dari Tanggal ke Bulan) mengalami masa naik dan turunnya penjualan, pada bulan Februari di mana antusiasme dan hasil tampaknya berada di puncaknya hingga mencapai 134%. Namun, ada juga periode di mana target terlihat lebih tenang atau bahkan mengalami penurunan setelah puncak tersebut, seperti yang mungkin terjadi di Bulan November sehingga menjadi -4%. Jika kita melihat kembali data target penjualan Spa, kita bisa membayangkan bahwa pencapaian target yang tinggi di bulan-bulan tertentu mungkin didukung oleh strategi pemasaran yang terarah, promosi yang menarik, atau pemahaman yang baik tentang kebutuhan pelanggan pada waktu tersebut. Hal ini menjadi pengingat bahwa kejelasan peran, dukungan pelatihan yang tepat, dan pemahaman pasar yang baik adalah kunci keberhasilan dalam mencapai target penjualan. Berbeda dengan dinamika target penjualan Spa yang mungkin dipengaruhi oleh strategi terencana dan faktor musiman. Seperti musim liburan (yang mungkin menjadi pendorong target tinggi di Bulan Juli dan Agustus), periode awal atau akhir tahun (yang mungkin cenderung lebih mengutamakan keamanan), atau strategi bisnis dan promosi yang berbeda di setiap bulannya.

Strategi upselling di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran saat ini menghadapi tantangan yang cukup berat. Penurunan penjualan yang signifikan telah menyebabkan target penjualan tidak tercapai, sehingga memerlukan evaluasi dan penyesuaian strategi

pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, penurunan jumlah wisatawan lokal dan domestik turut memperburuk situasi, karena berkurangnya potensi pelanggan yang dapat diarahkan untuk menggunakan layanan upselling. Dalam menghadapi masalah ini, penting untuk melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan dan mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target yang telah ditetapkan. Dengan demikian, Serenity Spa & Salon dapat kembali meningkatkan kinerjanya dan memberikan pengalaman terbaik bagi para tamu. Oleh karena itu, penulis memutuskan membuat laporan Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Up-Selling Pada Serenity Spa & Salon Di Le Meridien Hotel Bali Jimbaran”**

B. Pokok Masalah

1. Bagaimana strategi *Up-selling* di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran dalam meningkatkan pendapatan?
2. Apa kendala yang dihadapi pihak manajemen dalam menerapkan strategi *Up-selling* di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi *Up-selling* di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pihak manajemen dalam menerapkan strategi *Up-selling* di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan tugas akhir ini yaitu:

1. Politeknik Negeri Bali

Bagi PNB, penelitian ini bermanfaat Sebagai sumber landasan dan menambah informasi dalam rangka meningkatkan proses belajar mengajar, serta bisa menjadi daftar pustaka tambahan yang bisa bermanfaat bagi mahasiswa.

2. Mahasiswa

Bagi mahasiswa, penelitian ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma III di Politeknik Negeri Bali dan sebagai tolak ukur dalam penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan apa yang diperoleh di lapangan.

3. Perusahaan

Bagi perusahaan, diharapkan sebagai motivasi dan masukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang, sehingga bisa menambah wawasan untuk para *staff* di Hotel Le Meridien Bali Jimbaran by Marriot Bonvoy

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Hotel Le Meridian Bali Jimbaran by Marriot Bonvoy yang beralamatkan Jl.Bukit Permai, Jimbaran, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali

2. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian dalam penyusunan Projek Akhir ini adalah Strategi *Up-selling* pada Serenity Spa & Salon di Le Meridien Hotel Bali, Jimbaran by Marrit Bonvoy.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

- 1) Menurut Dr. Nursapia Harahap (2020:96) Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang didasarkan pada pendekatan berpikir induktif, melalui pengamatan yang objektif dan partisipatif terhadap suatu fenomena sosial. Penelitian kualitatif sebagai proses pemyelidikan suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, maupun deskripsi sejarah singkat Le Meridien Bali Jimbaran, struktur organisasi dan lain-lain.
- 2) Menurut (Pramudyani,2018) kuantitatif ini lebih spesifik, berupa angka, waktu lebih singkat,hipotesis, analisis statistic, lebih ke produk, deduktif meliputi berapa peningkatan jualan per tahun 2024.

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data Primer, yaitu data yang telah ada dan dimiliki oleh perusahaan tempat penelitian ini dilaksanakan.
- 2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh sendiri oleh penulis baik dari hasil wawancara maupun observasi.

c. Metode Pengumpulan Data

- 1) Observasi, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, kegiatan yang dilakukan oleh partisipan dan penulis terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan data contohnya menganalisis target yang cocok untuk ditawarkan.
- 2) Wawancara, yaitu teknik penggalan informasi melalui percakapan secara langsung antara peneliti dengan partisipan Supervisor (Ibu Dwi), di Hotel Le Meridien Bali Jimbaran
- 3) Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan informasi melalui pencarian bukti yang akurat dengan cara mendatangi perpustakaan dan mencari buku-buku literatur yang sesuai dengan masalah yang diangkat.

4. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Nadila (2024:11), Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

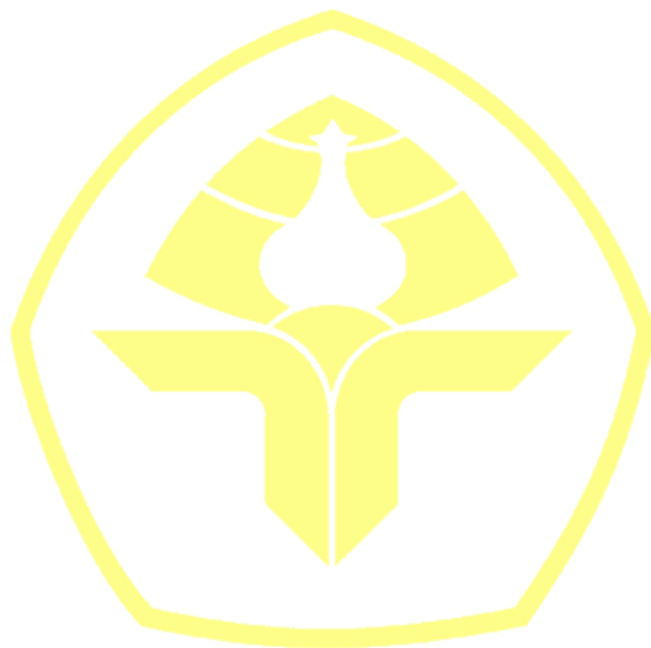
Metode Analisis data yang digunakan dalam menyusun proyek akhir adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu memaparkan atau menguraikan masalah dengan menggunakan data-data yang didapat selama melakukan praktik magang kerja dan juga pengetahuan yang didapat dari membaca beberapa literatur yang berkaitan dengan strategi *upselling* pada serenity spa & salon.

mengkomunikasikan tujuan, jadwal dan tenggat waktu untuk shift atau operasi department kepada karyawan per jam dan memastikan bahwa mereka dipahami.

- f. Berkolaborasi dengan manajemen untuk mengembangkan dan melaksanakan ide dan prosedur prosedur, dan menetapkan tujuan untuk terus meningkatkan kinerja department seputar skor kepuasan tamu dan karyawan.
 - g. Mengantisipasi kebutuhan layanan tamu, termasuk mengajukan pertanyaan tamu untuk lebih memahami kebutuhan mereka dan melihat/ mendengarkan preferensi tamu dan menindaklanjutinya jika memungkinkan.
 - h. Memberikan bantuan kepada penyandang disabilitas, termasuk membantu pengelihatannya, pendengaran, atau cacat fisik lainnya.
3. SPA Therapist Attendant
- a. Membantu para tamu yang ingin melakukan SPA Therapist.
 - b. Melakukan promosi/ upselling di pool dan restaurant terhadap layanan dan fasilitas SPA yang kita miliki.
 - c. Melakukan pemeriksaan terhadap persediaan barang- barang kebutuhan SPA yang habis.
 - d. Menyediakan layanan pijat untuk tamu dengan menggunakan alat peraga (seperti tongkat hujan, batu panas, batal kehamilan dan oil massage)
 - e. Memberikan perawatan tubuh kepada tamu menggunakan lulur,

scrub dan hidroterapi.

- f. Mengecek komputer atau reservasi untuk pembaruan dan perubahan jadwal secara teratur sepanjang hari.
- g. Mengkonfirmasi nama tamu, nomor kamar tamu dan jenis perawatan yang dijadwalkan sebelum memulai perawatan.
- h. Sambut dan sapa setiap tamu dengan senyuman, kontak mata, dan sapaan lisan yang ramah.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan Penelitian tersebut penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi up-selling yang diterapkan di Serenity Spa & Salon Le Meridien Bali Jimbaran terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan pendapatan spa. Melalui interaksi langsung dari area kolam renang dan restoran, para *therapis* secara aktif menawarkan *up-selling* dengan pendekatan personal seperti pemberian trial selama 5 menit dan diskon menarik untuk perawatan durasi lebih lama. Strategi ini semakin diperkuat dengan kolaborasi antar *department* seperti tim sales dan resepsionis, yang turut berperan dalam mengenalkan produk spa kepada tamu *in-house*. Pendekatan tersebut sepadan dengan karakteristik wisatawan mancanegara, khususnya dari Asia dan Eropa, yang memiliki minat tinggi terhadap layanan relaksasi premium dan bernuansa lokal Bali.
2. Dalam pelaksanaannya, strategi ini menghadapi beberapa kendala. Tantangan utama mencakup perubahan musim yang memengaruhi jumlah tamu, hambatan bahasa dalam komunikasi,

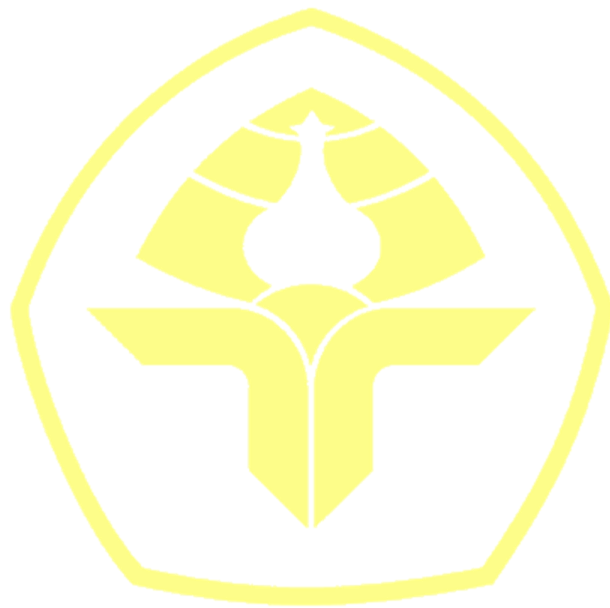
serta benturan jadwal layanan spa. Pihak manajemen telah berupaya mengatasi kendala tersebut melalui briefing rutin, penggunaan teknologi penerjemah, serta pemberian kompensasi layanan gratis sebagai bentuk solusi terhadap ketidaknyamanan tamu. Hal ini mencerminkan komitmen pihak manajemen dalam menjaga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

B. Saran

Pada kesempatan ini, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan kepada *Departmen Life Style* divisi Serenity SPA & SALON

1. Meningkatkan pelatihan Komunitas Multibahasa: Disarankan agar pihak manajemen menyediakan pelatihan dasar dalam beberapa bahasa asing populer seperti Mandarin, Jepang, atau Korea, meminimalisir hambatan komunikasi dengan wisatawan mancanegara dan memperlancar proses up-selling.
2. Memanfaatkan teknologi Reservasi Digital: Untuk mengatasi benturan jadwal, Serenity Spa & Salon sebaiknya mengembangkan sistem pemesanan *digital* yang benar meyakinkan, agar tamu dapat memilih slot waktu yang tersedia secara langsung.

3. Pengembangan Strategi Promosi Saat Low Season: Pada saat tamu menurun, pihak SPA dapat menawarkan paket promosi menarik



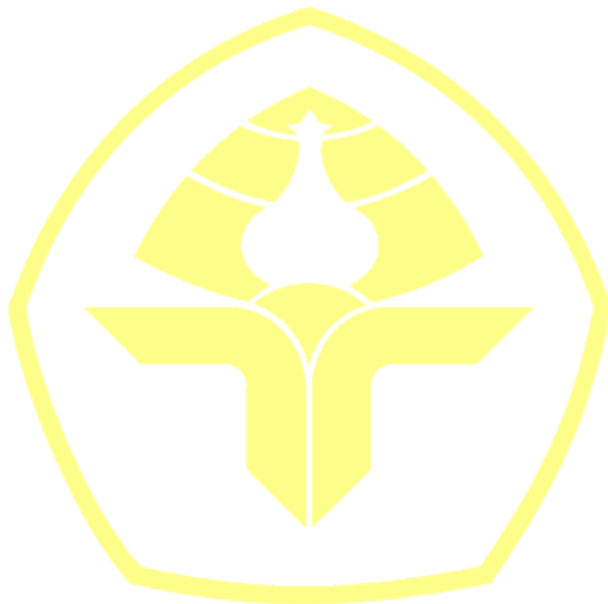
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, Frida Astorina. And Widyatmaja I Gusti Ngurah. 2019. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Penjualan di Sang Spa Ubud Bali", *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, Vol.3, No.1, pp 200 – 201
- Hammann, P.(1997), "Personal Selling", *European Journal of Marketing*, Vol. 13 No.6, pp. 141 - 176
- Harahap Nursapia.2020. Penelitian Kualitatif. Sumatera Utara: Wal ashri Publishing
- Hidayah, Arifiantoro, 2021 "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan" . Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.(Januari,IX, No. 1, hal: 25-28).Semarang
- Lutviana Eva, and Sukoco Andrean Sampir.2024. " Pengaruh Periklanan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Grand Puri Bunga Nirwana Jember". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, Vol. 4, No.2, pp 48 - 49
- Pranata, Yoga I Komang. and Indrayani Wita I Gusti Ayu Putu. 2024."Srategi Up Selling di Hotel XXX Nusa Dua", *Journal of Hospitality Accomodation Management*, Vol.3, No.1, pp 29 - 30
- Sugiyono.2020.Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Alfabeta Bandung

Wikipedia“Pengertian Pemasaran.”<https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>.

(Diakses 15 Februari 2025)



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI