

**“PENGARUH RESOURCE CAPABILITIES TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
BANANA INN HOTEL & SPA”**

(Survei pada *convention guest loyalty* yang menginap di Banana Inn Hotel & Spa)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pariwisata



Oleh:
Tika Kartika
0809589

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2015**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH RESOURCE CAPABILITIES TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DI BANANA INN HOTEL & SPA BANDUNG**" (Survei Terhadap *Convention Loyalty Guest Banana Inn Hotel & Spa Bandung*) beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika-etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2015
Yang Membuat Pernyataan

Tika Kartika

ABSTRAK

Tika Kartika, 0809589, PENGARUH RESOURCE CAPABILITIES TERHADAP CUSTOMER LOYALTY BANANA INN HOTEL & SPA BANDUNG. (Survei pada *Convention Guest Loyalty Banana Inn Hotel & Spa Bandung*) di bawah bimbingan Bapak Ridwan Purnama, SH., M. Si dan Bapak Taufik Abdullah SE. Par., MM, Par.

Industri pariwisata merupakan satu sumber devisa negara terbesar yang memungkinkan untuk lebih dikembangkan pada masa mendatang. Sektor perjalanan dan pariwisata telah menjadi pendorong dari kemakmuran ekonomi dan kemajuan sosial. Salah satu akomodasi yang menunjang pariwisata dan sedang berkembang pesat adalah perhotelan. Selain sektor pariwisata yang dapat menunjang usaha perhotelan, sektor perekonomian juga ikut menentukan dalam bisnis ini. Hal ini terbukti dengan tersedianya fasilitas *meeting room* yang dimiliki oleh setiap hotel berbintang. Karena pada era globalisasi sekarang, hotel juga berfungsi sebagai tempat untuk melakukan kegiatan bisnis, seperti *meeting*, *workshop*, seminar, dll yang dikenal pada dunia pariwisata dengan istilah *MICE*. Sebagian besar segmen pasar Banana Inn hotel didominasi oleh tamu bisnis yang sudah loyal, namun pada tahun 2013 terjadi penurunan occupancy disertai dengan berkurangnya perusahaan loyal yang tidak datang kembali untuk mengadakan kegiatan *meeting* pada tahun tersebut. Oleh karena itu untuk menyiasati penurunan penggunaan *fullboard meeting package*, Banana Inn hotel menerapkan strategi *resource capabilities* yang terdiri dari *cleanliness*, *room quality*, *family friendliness*, *customer service* dan *value for money* sebagai variabel bebas (X) guna menciptakan *customer loyalty* (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method* dengan teknik sampling jenuh dikarenakan objek penelitian ini berjumlah kurang dari 50 yaitu hanya sejumlah 38 responen yang berasal dari *corporate* dan *government*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi linear berganda dengan alat bantu *software* komputer SPSS 20 for windows. Wawancara dan penyebaran angket sebagai teknik pengumpulan data.

Kata Kunci : Resource Capabilities, Customer Loyalty

ABSTRACT

Tika Kartika, 0809589, RESOURCE CAPABILITIES EFFECT ON CUSTOMER LOYALTY BANANA INN HOTEL & SPA BANDUNG. (*Survey on Convention Loyalty Guest Banana Inn Hotel & Spa Bandung*) under the guidance of Ridwan Purnama, SH., M.Si and Taufik Abdullah SE. Par., MM, Par.

The tourism industry is the single largest source of foreign exchange which allows for more developed in the future. Travel and tourism sector has been the driving of economic prosperity and social progress. Hotel was the one of accomodation that support thriving tourism and hospitality. In addition to the tourism sector to support the hotel business, economy also played a role in this business. This is evidenced by the availability of meeting room facilities owned by any four-star hotel. Due to the globalization era, the hotel also serves as a place to conduct business activities, such as meetings, workshops, seminars are well known as MICE tourism. Most market segments Banana Inn Hotel is dominated by a business that has been loyal, but in 2013 a decline in occupancy is accompanied by reduced loyal company that does not come back to hold a meeting. Therefore, to deal with a decrease volume of full board meeting package, Banana Inn Hotel implementing the resource capabilities' strategy consisting of cleanliness, room quality, family friendliness, customer service and value for money as the independent variable (X) in order to create customer loyalty (Y). This is a descriptive and verification research, this study was conducted in less than one year, used cross sectional method with saturated sampling technique because the object of this study amounts less than 50 which is only a 38 responen derived from corporate and government. The data analysis technique is multiple linear regression with SPSS computer software tools 20 for windows. Interview and questionnaire as data collection techniques.

Keywords: Resource Capabilities, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

Cover

Abstraki

Kata Pengantariii

Daftar Isiiv

Daftar Tabelvii

Daftar Gambarix

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Penelitian1
- 1.2 Rumusan Masalah16
- 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian17
- 1.4 Kegunaan Penelitian17

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

- 2.1 Kajian Pustaka18
 - 2.1.1 Konsep Kepariwisataan18
 - 2.1.2 Konsep Perhotelan20
 - 2.1.3 Konsep *Resource Capabilities* dalam Managemen Stratejik25
 - 2.1.3.1 Definisi *Resource Capabilities* 29
 - 2.1.3.2 Dimensi *Resource Capabilities* dan Implementasi30
 - 2.1.4 *Customer Loyalty*32
 - 2.1.4.1 Definisi *Customer Loyalty*32
 - 2.1.4.2 Karakteristik *Customer Loyalty*34
 - 2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Customer Loyalty*35
 - 2.1.4.4 Jenis *Customer Loyalty*36
 - 2.1.4.5 Langkah-langkah *Customer Loyalty*37
 - 2.1.4.6 Tingkatan *Customer Loyalty*39
 - 2.1.4.7 Keuntungan *Customer Loyalty*41
 - 2.1.5 Pengaruh *Resource Capabilities* terhadap *Customer Loyalty*42
 - 2.1.6 Orisinalitas Penelitian44
- 2.2 Kerangka Pemikiran46
- 2.3 Hipotesis49

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Objek Penelitian52
- 3.2 Metode Penelitian52
 - 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan53
 - 3.2.2 Operasionalisasi Variabel54
 - 3.2.3 Jenis dan Sumber Data58
 - 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling59
 - 3.2.4.1 Populasi59
 - 3.2.4.2 Sampel60
 - 3.2.4.3 Teknik Sampling61
 - 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data61
 - 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas65
 - 3.2.6.1 Pengujian Validitas66
 - 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas71
 - 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis73
 - 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif74
 - 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif75
 - 3.2.7.3 Teknik Analisis Korelasi Sederhana dan Berganda78
 - 3.2.7.3.1 Analisis Korelasi Sederhana78
 - 3.2.7.3.2 Analisis Korelasi Berganda78
 - 3.2.7.4 Koefisien Determinasi79
 - 3.2.7.5 Rancangan Analisis Regresi Berganda79
 - 3.2.7.6 Rancangan Pengujian Hipotesis 83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Hasil Penelitian87
 - 4.1.1 Profil Perusahaan87
 - 4.1.1.1 Identitas Perusahaan87
 - 4.1.1.2 Sejarah Singkat Banana Inn Hotel & Spa Bandung87
 - 4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan Banana Inn Hotel 89
 - 4.1.2 Profil Tamu Banana Inn Hotel & Spa Bandung91
 - 4.1.2.1 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Dilihat dari Jenis Perusahaan91
 - 4.1.2.2 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Dilihat dari Daerah Asal92
 - 4.1.2.3 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Dilihat dari Frekuensi Menggunakan *Fullboard Meeting Package* pertahun93
 - 4.1.2.4 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Sumber Informasi yang Didapat Mengenai Banana Inn Hotel94

- 4.1.2.5 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Rata-rata Biaya yang Dikeluarkan Selama Menggunakan *Fullboard Meeting Package*94
- 4.1.2.6 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Jenis Kamar yang Sering Digunakan Selama Menggunakan *Fullboard Meeting Package*95
- 4.1.2.7 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Jenis *Meeting Room* yang Sering Digunakan Selama Menggunakan *Fullboard Meeting Package*96
- 4.1.2.8 Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Alasan Menggunakan Menggunakan *Fullboard Meeting Package* di Banana Inn Hotel97
- 4.1.2.9 Karakteristik Penilaian Responden terhadap Fasilitas Banana Inn Hotel & Spa Bandung 98
- 4.2 *Resource Capabilities* Banana Inn Hotel & Spa Bandung99
- 4.2.1 *Cleanliness* pada *resource capabilities* Banana Inn Hotel Bandung100
 - 4.2.2 *Room Quality* pada *resource capabilities* Banana Inn Hotel Bandung101
 - 4.2.3 *Family Friendliness* pada *resource capabilities* Banana Inn Hotel Bandung104
 - 4.2.4 *Customer Service* pada *resource capabilities* Banana Inn Hotel Bandung106
 - 4.2.5 *Value for Money* pada *resource capabilities* Banana Inn Hotel Bandung107
 - 4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan *resource capabilities* Banana Inn Hotel 109
- 4.3 Tanggapan mengenai *Customer Loyalty*111
- 4.3.1 *Stay Again* pada *customer loyalty* Banana Inn Hotel Bandung112
 - 4.3.2 *Recommend to Friend* pada *customer loyalty* Banana Inn Hotel Bandung113
 - 4.3.3 Rekapitulasi Hasil tanggapan *customer loyalty* Banana Inn Hotel Bandung114
- 4.4 Pengaruh *Resource Capabilities* terhadap *Customer Loyalty* Banana Inn Hotel117
- 4.4.1 Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi117
 - 4.4.1.1 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)117
 - 4.4.1.2 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)118
 - 4.4.1.3 Uji Normalitas120
 - 4.4.1.4 Uji Gejala Heterokedastisitas121
 - 4.4.1.5 Uji Gejala Multikolinieritas 122
 - 4.4.1.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 123
 - 4.4.1.7 Model Persamaan Regresi Pengaruh *Resource Capabilities* Banana Inn Hotel Bandung Terhadap *Customer Loyalty* 124
 - 4.4.2 Implikasi Hasil Temuan Penelitian 126
 - 4.4.2.1 Implikasi Temuan Teoritik 126
 - 4.4.2.2 Implikasi Temuan Empirik 126

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

- 5.1 Kesimpulan128
- 5.2 Rekomendasi130

DAFTAR PUSTAKA133

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2010-2013	3
1.2	Klasifikasi Hotel Berbintang di Bandung tahun 2011-2013	5
1.3	Daftar Nama Hotel Bintang 4 di Kota Bandung 2013	5
1.4	Daftar Harga <i>Meeting Package</i> Banana Inn Hotel 2013	7
1.5	<i>Room Available, Sold and Occupancy</i> Banana Inn 2010-2013	9
1.6	Data Tamu <i>Convention</i> yang Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i> di Banana Inn 2011-2013	11
1.7	Program Strategi <i>Resource Capabilities</i> Banana Inn Hotel 2013	15
2.1	Definisi Loyalitas Pelanggan	32
2.2	Orisinalitas Penelitian	44
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	55
3.2	Jenis dan Sumber Data	58
3.3	Populasi Perusahaan Loyal yang Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i> di Banana Inn Hotel tahun 2013	60
3.4	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	68
3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	69
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	73
3.7	Skor Alternatif Jawaban	76
4.1	Jenis Kamar Banana Inn Hotel	90

4.2	Jenis Tamu Hotel Banana Inn Dilihat dari Jenis Perusahaan	91
4.3	Jenis Kamar yang Sering Digunakan Saat Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i>	96
4.4	Jenis Ruang <i>Meeting</i> yang Sering Digunakan Saat Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i>	97
4.5	Alasan Menggunakan Banana Inn Hotel Sebagai Tempat Penyelenggaraan <i>Fullboard Meeting Package</i>	98
4.6	Penilaian Perusahaan Mengenai Fasilitas Banana Inn Hotel Bandung	99
4.7	<i>Cleanliness</i> pada <i>resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	100
4.8	<i>Room Quality</i> pada <i>resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	101
4.9	Perbandingan Luas Kamar Hotel Bintang 4 di Bandung	103
4.10	<i>Family Friendliness</i> pada <i>resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	104
4.11	<i>Customer Service</i> pada <i>resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	106
4.12	<i>Value for Money</i> pada <i>resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	108
4.13	Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Resource capabilities</i> Banana Inn Hotel	109
4.14	<i>Stay again</i> pada <i>customer loyalty</i> Banana Inn Hotel	112
4.15	<i>Recommend to Friend</i> pada <i>customer loyalty</i> Banana Inn Hotel	113
4.16	Rekapitulasi Hasil Tanggapan pada <i>customer loyalty</i> Banana Inn Hotel	115
4.17	<i>Output ANOVA</i>	118
4.18	<i>Output Koefisien Regresi</i>	119
4.19	Hasil Uji Multikolinearitas	123
4.20	Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	124

DAFTAR GAMBAR

Gamba r	Judul Gambar	Hal
1.1	<i>Market Segment Banana Inn Hotel & Spa Bandung 2013</i>	8
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Resource Capabilitiesterhadap Customer Loyalty</i> Banana Inn Hotel	48
2.2	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Resource Capabilitiesterhadap Customer Loyalty</i>	49
3.1	Regresi Linier Berganda	82
4.1	Struktur Organisasi Banana Inn Hotel & Spa Bandung	92
4.2	Karakteristik Responden Dilihat dari Jenis Perusahaan	92
4.3	Karakteristik Responden Dilihat dari Daerah Asal Perusahaan	92
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i> Pertahun	93
4.5	Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Sumber Informasi yang Didapat Mengenai Banana Inn Hotel	94
4.6	Karakteristik Responden Banana Inn Hotel & Spa Bandung Berdasarkan Rata-rata Biaya yang Dikeluarkan Selama Menggunakan <i>Fullboard Meeting Package</i>	95
4.7	<i>Resource capabilities</i> yang diharapkan pada garis kontinum	111
4.8	<i>Customer Loyalty</i> yang diharapkan pada garis kontinum	116
4.9	Grafik Histogram Normalitas	120
4.10	Normal Probability Plot	121
4.11	Hasil Uji Gejala Heterokedastisitas	122

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

- Amit, Raphael and Paul J. Schoemaker. 1993. "Strategic Assets and Organisational Rent". *Strategic Management Journal* pp. 33-46.
- Barney, Jay. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management* Vol.17 pp. 99-120.
- David, R Fred. 2011. "Strategic Management Concepts 13th". New Jersey: Prentice Hall.
- De Sarbo, Wayne et al. 2007. "A Heterogeneous Resource Based View for Exploring Relationship Between Firm Performance and capabilities". *Jounal of Modelling in Management, Vol. 2*, pp.103-130.
- Dess, G. Gregory et al. 2004. "Strategic Management: Text and Cases". *International Edition*. New York: The Mc Graw-Hill Companies.
- Dewi Intan Pancawati. 2010. "Pengaruh Service Convenience terhadap Loyalitas Tamu Padma Hotel Bandung".
- Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relation)*. Bandung : Alafabeta.
- Gluck, F.W., Kaufman, S.P and Walleck, A.S. 1980. "Strategic Management for Competitive Advantage". Harvard Businees Review, July-August, pp. 154-162.
- Grant, M. Robert. 1991. "The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation".
- Griffin, J. 2005. "Customer Loyalty". Alih Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- 2009. *Customer Loyalty : How To Do Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, Asep. 2005. Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif. Jakarta: Gramedia Media Sarana Indonesia.
- Hurriyati, Ratih. 2008. Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta

- Karia, Noorliza., et al. 2012. "Typology of Resource and Capabilities for Firms' Performance".*Journal of Business and Social Science*.
- Kotler, Bowen and Makens. 2008. "Hospitality and Travel Marketing". Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P and Keller, K.L. 2009. "Marketing Management 13th Edition". New York: Pearson Prentice Hall.
- Liang Kheng, Lo., et al. 2010. "The Impact of Service Quality on Customer Loyalty".*International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2.
- Lovelock, Christoper and Jochen Wirtz. 2011. "Service Marketing: People, Technology, Strategy". 7thEdition. New Jersey: Pearson 2011.
- Lucas, Robert W. 2009. "Customer Service: Skill for Success". 4thEdition. New York: Mc Graw Hill.
- Moliner, A. Miguel., Sanchez, Javien., Rodriguez, M. Rosa and Callarisa, Luis. 2007. "Relationship Quality with a Travel Agency: The Influence of The Postpurchase Perceived Value of a Tourism Package". *The Journal of Tourism and Hospitality Research* Vol. 7 pp. 194-211.
- Oliver, Richard L. 2008. "Satisfaction: A Behavioural Perspective on The Consumer International Edition. New York: Mc Graw Hill.
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Peteraf, Margaret and Mark E. Bergen. 2003. "Scanning Dynamic Competitive Landscapes: A Market-Based and Resource Based Framework". *Strategic Management Journal* Vol. 24.
- Pitana, I. Gede. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

- Porter, E. Michael. 1998. "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors". New York: Free Press.
- Priyatno, Duwi. 2011. Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS. Yogyakarta: Mediakom.
- Ramanathan, Usha and Ramakrishnan Ramanathan. 2013. "Investigating The Impact of Resource Capabilities on Customer Loyalty: A Structural Equation Approach for The UK Hotels Using Online Rating". *Journal of Service Marketing*, pp. 404-415.
- Soekadijo. 2003. Logika Dasar :Tradisional, Simbolik, danInduktif. Jakarta : PT. GramediaUtama.
- Song et al. 2007. "Capabilities and Financial Performance: The Moderating Effect of Strategic Type". *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 35, pp. 259-276.
- Suarthana. 2006. Manajemen Perhotelan edisi Kantor Depan, Kuta Utara : Mapindo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: MedPress.
- Sulyianto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- UU tentang Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009.
- Werdhi Assigment Tourism Faculty Unud 2012.
- Widjaja, Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing :Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wijaya, Toni. 2013. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yohanes Sugiharto. 2007. “*Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan*”.

DATA BASE :

Arsip *Sales and Marketing Department* Banana Inn Hotel& Spa Bandung 2014.

Arsip *Front Office Department* Banana Inn Hotel & Spa Bandung 2014.

Dinas Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat 2014.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab/Kota di Provinsi Jawa Barat 2012.

Disbudpar Kota Bandung 2014.

ICCA Statistic Report 2013

WEBSITE :

www.weforum.org/events/world-economy

www.bps.go.id

www.bisnis-jabar.com edisi 27 Desember 2013

www.lensaindonesia.com edisi 1 Januari 2014.