ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD IQBAL

NO. MHS: 318200348

JURUSAN : PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2020

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan DIV

Oleh
MUHAMMAD IQBAL
NO. MHS: 318200348

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2020

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA

Oleh

MUHAMMAD IQBAL

NO. MHS: 318200348

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Prihatno, M.M NIDN. 0526125901	Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd NIDN. 0530046603

Mengetahui

Ketua Jurusan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto,S.ST.,M.M
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN

DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA

Oleh

MUHAMMAD IQBAL

NO. MHS: 318200348

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal : 28 Januari 2020

TIM PENGUJI

Penguji Utama	**: Dra. Heni Susilowati, MM**	**: .....**
NID	: 0505026202	
Penguji II	**: Drs. Prihatno, MM**	**: .....**
NIDN	: 0526125901	
Penguji III	**: Dra. Nuharani EK, M.Pd**	**: .....**
NIDN	: 0530046603	

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Muhammad Iqbal
NIM	: 318200348
Program Studi	: Pengelolaan Perhotelan
Judul Skripsi	: " ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA "

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Januari 2020

Penulis

Muhammad Iqbal
318200348

HALAMAN MOTTO

“Mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat”
(QS Al-Baqarah:153)

“ Terkadang alasan seseorang tidak mau mengerjakan bukan karena malas, menyerah dan tidak punya waktu, melainkan karena tidak tahu harus dimulai darimana maka dari itu Berfikirlah agar kamu tau apa yang harus kamu lakukan”
(DSA)

“ Dari pada lulus tepat waktu lebih baik lulus di waktu yang tepat”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya, sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dari setiap detik pembuatan skripsi ini. Sholawat dan salam tak lupa saya haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, mahluk Allah yang paling mulia dan insyaAllah dapat menuntun kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT. Dengan mungucap kata syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi :

1. Ayah dan Ibuku Tercinta, Motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah bosan mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak cukup ku membalas kasih sayang yang telah ayah dan ibu berikan padaku.

2. Terima kasih juga untuk kedua adik saya "Aziz dan Ulfa" yang telah mendoakan saya, Semoga abg bisa memberikan contoh untuk kalian kedepannya dan di masa yang akan datang.

3. Terima kasih yang tak terhingga Kepada Keluarga besar Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta, yang telah membantu saya selama penelitian. Semoga Allah Swt membalas semua kebaikan Bapak/Ibu semua

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mecapai gelar Sarjana Kepariwisataan pada Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan analisis persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Cakra kusuma Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus dan ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Drs. Prihatno, MM selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar, arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.

2. Ibu Dra. Nuharani EK M.Pd selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijakasana memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Heni Susilowati, MM selaku penguji utama telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Hermawan P. S.ST, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan saran dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Triwarsita selaku HR Coordinator Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta yang telah membantu dan mempermudah perizinan saya untuk melakukan penelitian.
6. Bapak Trisnawan selaku FO Coordinator yang telah membantu dengan baik dalam memberikan informasi mengenai data-data yang diperlukan.

   Semoga bantuan bapak/ibu, saudara/i dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
BERITA ACARA iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGHANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
DAFTAR GAMBAR xv
ABSTRAK xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
BAB II LANDASAN TEORI 7
A. Landasan Teori 7
1. Persepsi Pelanggan 7

2. Kualitas Pelayanan 8

3. Dimensi Kualitas Pelayanan 12

4. Unsur Kualitas Pelayanan 13

B. Kerangka Pemikiran 17

C. Hipotesis 18

BAB III METODE PENELITIAN 19

A. Metode dan Design Penelitian 19

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 19

C. Populasi dan Sampel 19

D. Variabel dan Indikator Penelitian 21

E. Metode Pengumpulan Data 23

F. Metode Analisis Data 24

1. Pengujian Instrumen Penelitian 24

a. Uji Validitas 24

b. Uji Reliabilitas 25

2. Uji Normalitas 26

3. Analisis Linear Berganda 26

4. Uji F 28

5. Uji R Square 29

6. Uji T 30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 32

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Hotel Cakra Kusuma 32

2. Visi dan Misi Hotel Cakra Kusuma 34

3. Lokasi Hotel Cakra Kusuma 34

4. Logo Gallery Hotel Cakra Kusuma 35

5. Struktur Organisasi Hotel Cakra Kusuma..... 36

6. Profil Team Hotel Cakra Kusuma..... 37

7. Tugas dan Tanggung Jawab Divisi 38

8. Fasilitas Hotel Cakra Kusuma..... 41

B. Hasil Analisis Data 45

1. Data Karakteristik Responden..... 45

2. Tanggapan Responden Terhadap Setiap Pertanyaan 48

3. Pengujian Instrumen Penelitian 57

4. Analisis Data 61

5. Pengujian Hipotesis..... 63

C. Pembahasan Hasil Penelitian 67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 72

A. Kesimpulan 72

B. Saran 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin 48

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Usia..... 49

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pendidikan 50

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan 51

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tangible 51

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Responsiveness..... 53

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Realibility 54

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Assurance 60

Tabe; 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Emphaty 61

Tabel 4.10 Uji Validilitas 64

Tabel 4.11 Uji Reliabilitas 65

Hasil Uji Normalitas 65

Hasil Analisis Regresi Berganda 65

Hasil Uji R2 65

Hasil Uji F 65

Hasil Uji t 65

Hasil Analisis Regresi dan Korelasi 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Surat Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Olah Data

Lampiran 5 Dokumentasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 17

Gambar 4.1 Logo Cakra Kusuma Hotel 36

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Cakra Kusuma Hotel 37

Gambar 4.3 Struktur Tim *Branding* Cakra Kusuma Hotel 40

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan demi mencapai tujuan untuk mendeskripsikan hasil uji dari Analisis persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayana di Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengambil sampel sebanyak 30 tamu dari seluruh populasi yang merupakan tamu yang menginap di Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak yang artinya seluruh populasi berhak dijadikan responden atau sampel dalam penelitian ini. Instrumen yang dipakai untuk menggali data-data dari responden atau sampel adalah bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Adapun metode analisis untuk menguji pengaruh bauaran pemasaran terhadap tngkat hunian kamar menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda yang mencakup Uji simultan (F), uji koefisiensi determinasi (R) dan Uji parsial (t).

Dari hasil uji Anova Fhitung > Ftabel (3,652 > 2,49) dan nilai signifikansi < 0,05 (0,013 < 0,05). diketahui nilai R Square atau R2 adalah 0,314 (31,40%). Hal tersebut mempunyai arti variasi dari variabel (X1 (Tangible), X2 (Responsiveness) , X3 (Reliability), X4 (Assurance), dan X5 (Emphaty) dapat menjelaskan variabel persepsi pelanggan sebesar 31,40%, sedangkan sisanya sebesar 68,60% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil Uji R Square diketahui nilai R Square atau R2 sebesar 0.221 (21,4%). Hal tersebut berarti variabel dari Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty memberikan pengaruh sebesar (31,4%) terhadap Persepsi Pelanggan di Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta. Sedangkan sisanya sebesar 68,6% didapatkan dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari statistik uji t variabel tangible menunjukan nilai nilai t hitung > dari t tabel (2,700 > 2,492) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,012 (0,012 < 0,05) serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,598. Variabel tangible menunjukan nilai nilai t hitung > dari t tabel (3,118 > 2,492) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,005 < 0,05) serta koefisien regresi memiliki nilai sebesar -0,748. Variabel tangible menunjukan nilai nilai t hitung > dari t tabel (3,434 > 2,492) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,02 (0,002 < 0,05) serta koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,909. Variabel tangible menunjukan nilai nilai t hitung < dari t tabel (1,878 < 2,492) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,73 (0,073 > 0,05) serta koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,449. Variabel tangible menunjukan nilai nilai t hitung < dari t tabel (2,086 < 2,492) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,048 (0,048 < 0,05) serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,285

Kata Kunci : Persepsi Pelanggan, Retar, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

The title that underlies this thesis is the Analysis of Customer Perceptions of Service Quality, which aims to determine the perceptions of customers of Kusuma Kusuma hotel guests in Yogyakarta on the quality of service provided to customers.

The title that underlies this thesis is the Analysis of Customer Perceptions of Service Quality, which aims to determine the perceptions of customers of Kusuma Kusuma hotel guests in Yogyakarta on the quality of service provided to customers. Related to the importance of these perceptions, solutions will be sought to create effective service quality implementation that affects customer perceptions at the Cakra Kusuma Hotel, especially in the direct service section with guests, which can be assessed directly from the aspects of responsiveness, assurance, physical evidence, reliability and empathy. . So from that researchers took the title "ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTION OF QUALITY OF SERVICE IN CAKRA KUSUMA HOTEL".

From the results of the multiple linear regression test obtained by the variable regression equation formula Y = 9,372 + 0.598X1 (Tangible) + 0.748X2 (Responsiveness) + 0.909X3 (Realibility) + 0.449X4 (Assurance) + 0.285X5 (Emphaty). Reliability (X3) has the greatest value of the regression coefficient of 0.909 so it can be concluded that the reliability variable is the most dominant variable affecting customer perceptions. And from the results of the t test Variable X4 (Assurance) t count <t table (1.887 <2.492) and variable X5 (Emphaty) t count> t table (2.086 <2.492) so that said variables X4 (Assurance) and X5 (Emphaty) have no effect significant to customer perceptions at Cakra Kusuma Yogyakarta hotel. Based on the results of research on service quality variables, it is known that the lowest indicator lies in the assurance variable and empathy variable. Hypothesis 1 is that the Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, and Empathy variables are assumed to have no effect on customer perceptions at Cakra Kusuma Hotel, Yogyakarta. Hypothesis 2 is assumed tangible variables have a dominant effect on customer perceptions at Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta. From the Anova Fcount> Ftable (3.652> 2.49) test results and the significance value <0.05 (0.013 <0.05). note that the value of R Square or R2 is 0.314 (31.40%). This means that the variation of variables (X1 (Tangible), X2 (Responsiveness), X3 (Reliability), X4 (Assurance), and X5 (Emphaty) can explain the customer perception variable by 31.40%, while the remaining 68.60 % was explained by other factors not examined in this study.These other factors allegedly were motivational factors, work environment, or training Motivation of employees, pleasant work environment and training for employees allegedly influenced the perception of customers in Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta. Then from the results stated that Ha2 was rejected.

Keywords: Customer Perception, Retar, Service Quality

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM. 53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, yang dimaksud hotel adalah "usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan". Terlepas dari pengertian hotel di atas ada beberapa fasilitas-fasilitas yang tersedia di hotel, jasa yang diberikan kepada pelanggan adalah salah satu fasilitasnya. Jasa yang diberikan ke pelanggan dapat berupa kualitas pelayanan sebuah hotel.

Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang. Pengaruh pelanggan terhadap suatu usaha sangat berdampak kuat, yaitu dari pentingnya penilaian pelanggan yang berpengaruh ke kemauan pelanggan untuk bisa datang dan menggunakan jasa kita . Meningkatkan pengalaman pelanggan harus menjadi alasan utama dalam mengumpulkan penilaian pelanggan.

Untuk menciptakan pengalaman yang luar biasa, kita perlu menanyakan kepada pelanggan apa yang mereka inginkan dan menggunakan hal tersebut untuk menciptakan suatu hal yang lebih baik. Apabila dapat menciptakan suatu pengalaman yang lebih dibandingkan dengan kompetitor lain, maka pelanggan akan tetap menggunakan pelayanan kita.

Ketatnya persaingan antar usaha jasa perhotelan yang ditawarkan kepada pelanggan mengakibatkan usaha jasa perhotelan yang ada di Yogyakarta semakin menyadari akan pentingnya perhatian pelanggan. Maka dari itu setiap pelaku usaha jasa perhotelan berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan yang tetap melalui kualitas pelayanan yang diberikan dari pihak hotel. Pihak hotel berharap bahwa kualitas pelayanan pada kondisi saat ini akan memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Pelayanan memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan akan kesulitan dalam mendapatkan pelanggan. Pelanggan akan memakai jasa perusahaan apabila mereka tertarik dan merasa cocok, karena itu pelayanan yang diberikan harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera pelanggan.

Hal ini juga yang kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, dimana pentingnya penilaian pelanggan dapat berpengaruh terhadap suatu usaha jasa

perhotelan. Dengan adanya penilaian pelanggan suatu perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dan dapat memberikan data yang akurat untuk kemajuan usaha khususnya dibidang perhotelan.

Pelanggan memiliki hak untuk mengharapkan layanan penuh perhatian dan untuk mengharapkan prosedur perusahaan yang efisien dan sistem pelayanan yang baik yang akan mendukung mereka, bukan menghambat. Pelanggan juga termotivasi untuk menggunakan perusahaan yang memperlakukan mereka dengan hormat dan memberikan pelayanan berkualitas tinggi atau jasa pada harga yang wajar. Oleh karena itu, saat ini penting bagi perusahaan-perusahaan untuk menyadari hal ini dan menjadi benar-benar berfokus pada pelanggan

Pelanggan nampaknya investasi terbesar bagi sebuah perusahaan karena pendapatan sebuah perusahaan diperoleh dari pelanggan yang menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Jika dilihat dari Trip advisor penilaian mengenai pelayanan di Cakra Kusuma Hotel dari tamu sangat beragam. Banyak yang memberikan nilai positif namun ada beberapa tamu yang memberikan nilai negatif.

Berdasarkan uraian masalah diatas maka penulis mengambil judul "**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL CAKRA KUSUMA YOGYAKARTA** "

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi pelanggan?
2. Dari kelima kualitas pelayanan tersebut (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, emphaty*) variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap persepsi pelanggan?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu meluas dan penelitian akan lebih fokus, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan emphaty* yang digunakan di Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan-rumusan masalah yang telah ditentukan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi pelanggan.
2. Untuk mengetahui dari kelima kualitas pelayanan tersebut (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, emphaty*) variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap persepsi pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan bisa bermanfaat bagi pembaca. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Penulis

   Menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai prespsi pelanggan dan kualitas layanan di Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk perusahaan dalam merancang suatu pendidikan dan pelatihan yang bermutu kepada petugas-petugasnya, serta tujuan perusahaan akan tercapai.

3. Bagi Lembaga

Dapat menjadi tolak ukur kemampuan mahasiswa dalam menyerap ilmu yang diberikan pada saat kuliah dan menambah kepustakaan yang nantinya dapat berguna bagi mahasiswa angkatan-angkatan selanjutnya bila sewaktu-waktu membutuhkan, serta dapat dijadikan perbandingan dalam penelitian di masa yang akan datang di STP AMPTA Yogyakarta.