

**PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
TAMU MENGINAP DI LUMINOR HOTEL BANYUWANGI**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Oleh :

**MUBALIGHOH AQIDATUL IZZA
NIM. 362093301009**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

**PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
TAMU MENGINAP DI LUMINOR HOTEL BANYUWANGI**

LAPORAN TUGAS AKHIR



**Tugas Akhir Ini Dibuat dan Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan Mencapai Gelar Sarjana
Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.)**

Oleh :

MUBALIGHOH AQIDATUL IZZA

NIM. 362093301009

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANUWANGI
2024**

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. beserta kekasihnya Baginda Nabi Muhammad SAW. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya untuk memberikan kesempatan penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Marketing Mix* Terhadap Keputusan Tamu Menginap” dengan baik dan tepat waktu. Penyelesaian Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ucapkan rasa syukur, cinta dan terima kasih untuk mereka yang sangat berarti dalam hidup penulis:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Poniman dan Ibu Sriwidayani, kakak kandung saya yang terkasih Rifa’atul Mahmudah dengan suami Mas Fendi Setiawan, serta keponakan yang aku sayangi Zaydan Damar Dzikrullah yang telah mendoakan dan memberikan perhatian, bantuan, dukungan serta motivasi sehingga penulis dipermudah dan tidak pantang menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Auda Nuril Zazilah, S.Si., M.Sc. dan Bapak Masetya Mukti, S.ST., M.M. selaku dosen pembimbing serta Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc. dan Ibu Ayu Wanda Febrian, S.Par., M.B.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan koreksi, arahan, petunjuk, motivasi, kritik, dan saran kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Terima kasih kepada *General Manager* beserta seluruh karyawan Luminor Hotel Banyuwangi, khususnya bagian *Sales & Marketing Department* yang telah memberikan kesempatan untuk mengambil pengalaman dan memberikan bantuan kepada penulis dalam kelancaran pelaksanaan juga pengambilan data untuk tugas akhir ini.
4. Para sahabat-sahabat baik yang satu prodi maupun prodi lain yang turut membantu, memberikan dukungan, motivasi dan waktunya untuk kebersamaan dari hari-hari perkuliahan hingga pada tiba waktunya tugas akhir ini berlangsung.
5. Teman-teman semua kelas A Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Tahun 2020 yang telah kebersamaan dan saling bantu membantu selama perkuliahan berlangsung.

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN MOTTO

“Maka, ingatlah kepada-Ku, aku pun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku.”

(QS. Al-Baqarah : 152)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*nya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. *God have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth wait.* Bismillah jangan lupa Alhamdulillah.”

(Mubalighoh Aqidatul Izza)

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mubalighoh Aqidatul Izza

NIM : 362093301009

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Service Marketing Mix* Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan/plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 18 April 2024

Yang Menyatakan



Mubalighoh Aqidatul Izza

NIM. 362093301009

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

**PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
TAMU MEGINAP DI LUMINOR HOTEL BANYUWANGI**

**Tugas Akhir Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Pariwisata (S.Tr.Par)**

Oleh :

**Mubalighoh Aqidatul Izza
NIM. 362093301009**

Tanggal Ujian :3.0.APR.2024.....

Menyetujui :

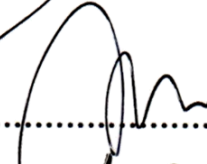
Pembimbing 1 : Auda Nuril Zazilah, S.Si., M.Sc.

(.....)

Pembimbing 2 : Masetya Mukti, S.ST., M.M.

(.....)

Penguji 1 : Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

(.....)

Penguji 2 : Ayu Wanda Febrian, S.Par., M.B.A.

(.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Pariwisata



Adenya Prananda Putra, S.ST., M.M.

NIP. 198912262018031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Bisnis Pariwisata



Ahadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

NIP. 199006142022031003

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI LUMINOR HOTEL BANYUWANGI

Nama Mahasiswa : Mubalighoh Aqidatul Izza
NIM : 362093301009
Pembimbing : 1. Auda Nuril Zazilah, S. Si., M. Sc.
2. Masetya Mukti, S.ST., M.M.

ABSTRAK

Luminor Hotel Banyuwangi adalah salah satu hotel ataupun akomodasi penginapan bintang 3 yang ada di Banyuwangi yang kini terus meningkatkan usahanya agar lebih inovatif dan kreatif untuk dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis. Salah satu upaya untuk melewati keberhasilan dalam persaingan bisnis tersebut, hotel ini menerapkan cara dengan mengetahui pengaruh keputusan tamu menginap dengan bentuk *service marketing mix* yang diterapkan dalam melakukan pemasarannya. Oleh karena itu tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh parsial dan simultan antara variabel *service marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*) terhadap keputusan tamu menginap di Luminor Hotel Banyuwangi. Pendekatan penelitian yaitu kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah tamu yang sedang/pernah menginap di Luminor Hotel Banyuwangi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (tahun 2019 - tahun 2023). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu 100 responden yang menggunakan kamar saja (tanpa *breakfast* dan paket *meeting/social event* hotel). Metode penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengujian yaitu uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), serta uji hipotesis (uji regresi linear berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t (parsial) dan uji F (simultan)). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *promotion* dan *people* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap, sedangkan variabel *product, price, people, physical evidence, dan process* memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap. Namun secara simultan, variabel *product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3), *promotion* (X_4), *people* (X_5), *physical evidence* (X_6), dan *process* (X_7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap (Y).

Kata Kunci : *Service Marketing Mix, Keputusan Tamu Menginap, Luminor Hotel Banyuwangi.*

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

THE INFLUENCE OF THE SERVICE MARKETING MIX ON GUEST DECISION TO STAY AT LUMINOR HOTEL BANYUWANGI

By : Mubalighoh Aqidatul Izza
Student's Identity Number : 362093301009
Supervisor : 1. Auda Nuril Zazilah, S. Si., M. Sc.
2. Masetya Mukti, S.ST., M.M.

ABSTRACT

Luminor Hotel Banyuwangi is one of the 3 star hotels or lodging accommodations in Banyuwangi which is currently continuing to improve its business to be more innovative and creative in order to survive in the competitive business world. One of the efforts to achieve success in this business competition, this hotel applies a method of knowing the influence of guests' decision to stay with the form of service marketing mix applied in its marketing. Therefore, the aim of conducting this research is to find out how much partial and simultaneous influence the service marketing mix variables (product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process) have on guests' decisions to stay at Luminor Hotel Banyuwangi. The research approach is quantitative. The population in this study are guests who are/have stayed at Luminor Hotel Banyuwangi in the last 5 years (2019 - 2023). The sampling technique used purposive sampling, namely 100 respondents who used rooms only (without breakfast and hotel meeting/social event packages). This research method uses several testing techniques, namely data instrument testing (validity test and reliability test), classical assumption testing (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), as well as hypothesis testing (multiple linear regression test, multiple correlation coefficient, coefficient of determination, t test (partial) and F test (simultaneous)). The research results show that partially the promotion and people variables have a positive and significant influence on guests' decision to stay, while the product, price, people, physical evidence and process variables have no effect on guests' decision to stay. However, simultaneously, the variables product (X1), price (X2), place (X3), promotion (X4), people (X5), physical evidence (X6), and process (X7) have a significant effect on guests' decision to stay (Y).

Keyword : *Service Marketing Mix, Stay Decision, Luminor Hotel Banyuwangi.*

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Marketing Mix* Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi”. Laporan tugas akhir ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan Diploma IV (D-IV) pada Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Banyuwangi.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi Politeknik Negeri Banyuwangi tempat penulis menempuh kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
2. M. Shofi’ul Amin, S.T., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M. selaku ketua jurusan pariwisata.
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc. selaku Ketua Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan juga Koordinator Tugas Akhir.
5. Ibu Auda Nuril Zzilah, S.Si., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Masetya Mukti, S.ST., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan arahan, petunjuk, motivasi, kritik, dan saran kepada penulis selama pengerjaan laporan tugas akhir ini.
6. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc. selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Ayu Wanda Febrian, S.Par., M.B.A. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan koreksi, kritik, dan saran kepada penulis selama penyelesaian laporan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh bapak / ibu dosen, teknisi, dan admin Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata.
8. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua, kakak kandung, kakak ipar, dan keponakan yang telah mencurahkan segala doa, perhatian, dukungan, motivasi, dan bantuannya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
9. *General Manager* beserta seluruh karyawan, khususnya bagian *Sales & Marketing Department* yang telah memberikan kesempatan selama magang hingga pelaksanaan tugas akhir untuk mengambil pengalaman dan kemudahan pengambilan data di Luminor Hoel Banyuwangi
10. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan penulis memohon maaf yang sebenar-benarnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk laporan ini supaya dapat bermanfaat bagi semua orang. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

Banyuwangi, 18 April 2024

Mubalighoh Aqidatul Izza

NIM. 362093301009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Industri Pariwisata.....	7
2.2 Hotel.....	8
2.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.4 Bauran Pemasaran Jasa (<i>Service Marketing Mix</i>).....	11
2.5 Keputusan Pembelian (Keputusan Tamu Menginap)	18
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Hipotesis.....	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	33
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2 Pendekatan Penelitian	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Instrumen Penelitian	36
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.6 Definisi Operasional	38

3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Kerangka Pemikiran	50
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.3 Struktur Organisasi	55
4.2 Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1 Gambaran Penilaian Responden Mengenai <i>Service Marketing Mix</i> Di Luminor Hotel Banyuwangi	63
4.3 Hasil Analisis Data	72
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data	72
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	78
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.4.1 Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	87
4.4.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	88
4.4.3 Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	90
4.4.4 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	92
4.4.5 Pengaruh <i>People</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	95
4.4.6 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	96
4.4.7 Pengaruh <i>Process</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	98
4.4.8 Pengaruh <i>Service Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process)</i> Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Luminor Hotel Banyuwangi	100
BAB 5. PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Perkiraan Penelitian Tugas Akhir.....	33
Tabel 3.2 Pedoman Jawaban Skala Likert.....	36
Tabel 3.3 Jumlah Penjualan Kamar Luminor Hotel Banyuwangi Tahun 2019 - Tahun 2023	37
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Berkunjung.....	63
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Produk (Product).....	63
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga (<i>Price</i>)	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi (<i>Place</i>).....	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Promosi (<i>Promotion</i>)	67
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Orang (<i>People</i>).....	68
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	69
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Proses (<i>Process</i>) Pelayanan	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.19 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 4.20 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda	82
Tabel 4.21 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.22 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	84
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Uji Simultan)	86

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Hunian Kamar Hotel Bulanan	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Kamar Luminor Hotel Banyuwangi	3
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 Tampilan Depan Luminor Hotel Banyuwangi	53
Gambar 4.2 Diagram Struktur Organisasi Luminor Hotel Banyuwangi	55
Gambar 4.3 Ulasan Tamu Terkait Produk Luminor Hotel Banyuwangi.....	88
Gambar 4.4 Ulasan Tamu Terkait Harga Luminor Hotel Banyuwangi	90
Gambar 4.5 Ulasan Tamu Terkait Lokasi Luminor Hotel Banyuwangi	92
Gambar 4.6 Ulasan Tamu Terkait Promosi Di Luminor Hotel Banyuwangi.....	94
Gambar 4.7 Ulasan Tamu Terkait Karyawan Luminor Hotel Banyuwangi.....	96
Gambar 4.8 Ulasan Tamu Terkait Bukti Fisik Luminor Hotel Banyuwangi	98
Gambar 4.9 Ulasan Tamu Terkait Proses Di Luminor Hotel Banyuwangi.....	99

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Menggunakan Google Form.....	117
Lampiran 3. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 4. Pedoman Wawancara.....	124
Lampiran 5. Hasil Wawancara	125
Lampiran 6. Data Karakteristik Responden	128
Lampiran 7. Tabulasi data <i>Product</i> (X1) dan <i>Price</i> (X2).....	133
Lampiran 8. Tabulasi Data <i>Place</i> (X3) dan <i>Promotion</i> (X4)	136
Lampiran 9. Tabulasi Data <i>People</i> (X5), <i>Physical Evidance</i> (X6).....	139
Lampiran 10. Tabulasi Data <i>Process</i> (X7)	142
Lampiran 11. Tabulasi Data Keputusan Tamu Menginap.....	145
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas.....	148
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas	152
Lampiran 14. Hasil Uji Asumsi Klasik	154
Lampiran 15. Hasil Uji Hipotesis	156
Lampiran 16. Dokumentasi Wawancara	158
Lampiran 17. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	159
Lampiran 18. Biodata Penulis	160

---Halaman ini sengaja dikosongkan---