

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
UNTUK MENGINAP DI HOTEL HARRIS
WATERFRONT**

SKRIPSI



Oleh :
Leo Steven Silaban
170910310

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
UNTUK MENGINAP DI HOTEL HARRIS
WATERFRONT**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Leo Steven Silaban
170910310**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Leo Steven Silaban
NPM : 170910310
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap di Hotel Harris Waterfront

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2021


Leo Steven Silaban
170910310

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
UNTUK MENGINAP DI HOTEL HARRIS
WATERFRONT**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Leo Steven Silaban
170910310**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 29 Juli 2021



**Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing**



ABSTRAK

Perusahaan kini semakin dituntut agar dapat mengenali perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki poin lebih yang dapat memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk menggunakan jasa yang mereka tawarkan disbanding perusahaan lain. Agar dapat memuaskan pelanggan, penyedia jasa harus memperhatikan beberapa yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian ini dengan populasi 12.581 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sehingga didapat 100 sampel. Data diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan hasil penelitian diketahui kualitas pelayanan menghasilkan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $5,664 > 1,98498$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap, t hitung fasilitas diketahui $>$ t tabel yaitu $5,248 > 1,98498$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Hasil t hitung lokasi $>$ t tabel yaitu $2,736 > 1,98498$ dengan signifikansi $0,007 < 0,05$ yang berarti lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Serta Kualitas Pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang dibuktikan dengan hasil uji F (simultan) yang bernilai $F_{hitung} 100,503 > 2,70 F_{tabel}$ dengan nilai signifikan pada $0,000 < 0,05$ dan nilai R Square nya $0,751$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Lokasi; Keputusan Menginap.

ABSTRACT

Companies are now increasingly required to be able to recognize consumer behavior to meet their needs. Companies that want to survive must have more points that can provide stability to potential customers to use the services they offer compared to other companies. In order to satisfy customers, service providers must pay attention to several factors that can influence consumers' decisions to use these services. This study aims to analyze the effect of service quality, facilities and location on the guest's decision to stay at the Harris Waterfront Hotel. Quantitative research is this type of research with a population of 12,581 people. The data was collected using a questionnaire and the sampling technique in this study used the Slovin formula so that 100 samples. The data is processed using SPSS 26 with the results of the study known that the quality of service produces a value of $t_{count} > t_{table}$ that is $5.664 > 1.98498$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ that means service quality has a positive and significant effect on the decision to stay, t_{count} facilities are known $> t_{table}$ is $5.248 > 1.98498$ with a significance of $0.000 < 0.05$ which means that the facility has a positive and significant effect on the decision to stay. The results of location $t_{count} > t_{table}$ are $2.736 > 1.98498$ with a significance of $0.007 < 0.05$, which means that location has a positive and significant effect on the decision to stay. And the quality of service, facilities and location together have a positive and significant effect on the decision to stay as evidenced by the results of the F (simultaneous) test with a value of $F_{count} 100,503 > 2.70 F_{table}$ with a significant value at $0.000 < 0.05$ and its R Square value 0.751.

Keywords: *Service Quality; Facilities; Location; Stay Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku Pembimbing Skripsi penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
6. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
7. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada penulis.
8. Sahabat- sahabat penulis yang telah berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi.
9. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya, atas segala doa dan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan kasihNya kepada kita semua. Amin.

Batam, 29 Juli 2021

Leo Steven Silaban



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.3. Dimensi Kualitas Pelayanan	12

2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.1.2. Fasilitas	14
2.1.2.1. Pengertian Fasilitas	15
2.1.2.2. Jenis Fasilitas	15
2.1.2.3. Keputusan Desain Fasilitas	15
2.1.2.4. Indikator Fasilitas.....	16
2.1.3. Lokasi (X3)	16
2.1.3.1. Pengertian Lokasi.....	17
2.1.3.2. Faktor Penentuan Lokasi.....	17
2.1.3.3. Interaksi Dalam Lokasi	18
2.1.3.4. Indikator Lokasi	18
2.1.4. Keputusan Menginap	19
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Menginap	19
2.1.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap	19
2.1.4.3. Indikator Keputusan Menginap.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap.....	23
2.3.2. Hubungan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap	24
2.3.3. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap.....	24
2.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap	25
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian.....	27
3.2. Sifat Penelitian	27
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2. Periode Penelitian.....	28
3.4. Populasi dan Sampel	28

3.4.1. Populasi	28
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	28
3.4.3. Teknik Sampling	29
3.5. Sumber Data.....	30
3.6. Metode Pengumpulan Data	30
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7.1. Variabel Dependen.....	31
3.7.2. Variabel Independen	32
3.8. Metode Analisis Data.....	34
3.8.1. Analisis Deskriptif	34
3.8.2. Uji Kualitas Data.....	35
3.8.2.1. Uji Validitas	35
3.8.2.2. Uji Reliabilitas	35
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	37
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas	37
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.4. Uji Pengaruh	38
3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	38
3.8.4.2. Uji Determinan (R^2)	38
3.9. Uji Hipotesis	39
3.9.1. Uji T (Parsial).....	39
3.9.2. Uji F (Simultan)	39
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.2.4. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45

4.2.5. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.2.6. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Menginap	47
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	48
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	48
4.3.2. Deskripsi Variabel Fasilitas (X_2)	48
4.3.3. Deskripsi Variabel Lokasi (X_3)	49
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Menginap (Y)	50
4.4. Analisis Data	51
4.4.1. Uji Validitas	52
4.4.2. Uji Reliabilitas	55
4.4.3. Uji Normalitas	55
4.4.4. Uji Multikolinearitas	58
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas	59
4.4.6. Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.4.7. Uji R Square	61
4.5. Pengujian Hipotesis	62
4.5.1. Uji T	63
4.5.2. Uji F	64
4.6. Pembahasan	65
4.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap	65
4.6.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap	65
4.6.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap	66
4.6.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap	66
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	67
4.7.1. Variabel Kualitas Pelayanan	67
4.7.2. Variabel Fasilitas	68
4.7.3. Variabel Lokasi	68
BAB V	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan	70

5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	73
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Jumlah Tamu Menginap Tahun 2020	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Histogram Regresion Residual	56
Gambar 4. 2 <i>P-plot Regression</i>	57
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Tamu Menginap Tahun 2020.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala.....	34
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Berapa Kali Menginap.....	47
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	48
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Fasilitas (X2).....	49
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Lokasi (X3)	50
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Keputusan Menginap (Y)	51
Tabel 4. 11 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	52
Tabel 4. 12 Uji Validitas Fasilitas (X2).....	53
Tabel 4. 13 Uji Validitas Lokasi (X3).....	54
Tabel 4. 14 Uji Validitas Keputusan Menginap (Y).....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 18 Uji Park-glejser	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 21 Hasil Uji t	63
Tabel 4. 22 Hasil Uji F	64

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Rentang Skala	34
Rumus 3. 2 Korelasi <i>Product Moment</i>	35
Rumus 3. 3 <i>Cronbach's Alpha</i>	36
Rumus 3. 4 Analisis Linear Berganda.....	39
Rumus 3. 5 Thitung	39
Rumus 3. 6 Fhitung	41



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sektor usaha bagian pelayanan, pertumbuhan rivalitas bidang usaha tersebut merupakan sesuatu menarik perhatian untuk dibahas apalagi di era globalisasi ini akan memberikan peluang investor asing ikut andil dalam menjangkau konsumen. Perusahaan kini semakin dituntut agar dapat mengenali perilaku konsumen untuk memenuhi apa yang mereka butuhkan. Bagi perusahaan yang ingin mendapatkan poin lebih harus menjadi pembeda dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mendapatkan tawaran poin lebih ini akan menjadikan para calon konsumennya lebih memantapkan pilihannya dalam menggunakan jasa yang mereka tawarkan. (Effendi et al., 2018: 88).

Kualitas pelayanan merupakan aspek utama yang perusahaan perlu perhatikan dalam penyediaan jasa. Melengkapi segala keperluan dan harapan pelanggan dengan disertai ketuntasan pada pelayanan menjadi titik fokus dalam kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan (Katemung et al., 2018: 979). Servis yang bermutu selalu berbanding lurus dengan kehendak konsumen sebaliknya pelayanan yang kurang berkualitas adalah harapan konsumen yang tidak sesuai dengan pelayanan yang dirasakan (Andari & Mulyantomo, 2020: 79).

Sementara itu, dari segi menjangkau konsumen fasilitas juga merupakan hal yang penting. (Anwar 2020:37) menyatakan “jika suatu industri pelayanan memiliki sarana yang mencukupi sehingga bisa memberikan kemudahan pelanggan dalam memakai pelayanannya serta dapat memberikan kenyamanan, hal itu dapat

mempengaruhi pelanggan agar berkeinginan untuk bertransaksi jasa. Sedangkan (Suci *et al.*, 2018: 412) perusahaan yang menyediakan desain fasilitas secara menarik dapat memberikan suasana menyenangkan bagi konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian jasa tersebut.

Lokasi merupakan letak, tempat, atau penempatan suatu benda ataupun objek. Sedangkan istilah lokasi dalam bisnis adalah sebuah tempat yang dikhususkan dan menarik untuk dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi (Yulistia, 2020: 75). Konsumen semakin cermat dalam memilih lokasi penyedia jasa dengan memperhatikan hal-hal terkait keadaan, akses, dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Lokasi yang aman dan mudah untuk dijangkau dapat menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung (Stefanie, 2018: 104).

Keputusan menginap merupakan perilaku konsumen dalam memilih tawaran pembelian jasa (Fransiska Marlen Baunsele *et al.*, 2018: 97). Awalnya pengambil keputusan itu untuk memenuhi kebutuhan dan akhirnya dilakukan penyeleksian terhadap beberapa jasa alternatif yang disediakan. Menurut (Bakhtiar & Rustam Effendi, 2018: 91) Kecermatan dalam mengambil keputusan itu harus ditopang dengan informasi atau data yang relevan dengan pilihan yang dituju.

Hotel Harris Waterfront merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam bentuk hotel bintang empat yang berlokasi di Jl. KH Ahmad Dahlan, Marina Batam. Hotel Harris Waterfront menyediakan *room service* selama 24 jam dengan berbagai tipe ruang kamar, kolam renang yang luas, dan beberapa fasilitas pendukung lainnya serta *booking* kamar yang dapat dilakukan secara *online*.

Hotel Harris Waterfront menjadi objek penelitian dikarenakan terdapat persoalan yang terjadi di hotel tersebut, khususnya terkait dengan keputusan tamu untuk menginap dan tiap bulannya ketidaksatbilan jumlah tamu yang menginap terjadi yang sering menurun. Berdasarkan kasus tersebut maka hotel Harris Waterfront melakukan strategi pemasaran dengan meningkatkan kualitas pelayanannya dari segi sarana dan tempat guna ketertarikan calon konsumen untuk menginap.

Permasalahan kualitas pelayanan pada Hotel Harris Waterfront yang peneliti amati pada kolom penilaian aplikasi pemesanan hotel *online* Traveloka dimana isi ulasannya banyak tamu yang mengeluhkan tentang *receptionist* kurang informatif dalam memberikan informasi, kurang cepat tanggap dalam menangani masalah yang tamu alami, serta pemberian solusi terkait masalah yang kurang memuaskan. Selain itu, tamu juga mengeluhkan tentang *service* sarapan yang menunya kurang bervariasi sehingga membosankan. Padahal jika kualitas pelayanan yang pihak hotel berikan dapat melampaui harapan tamu maka pihak hotel akan mendapatkan apresiasi yang tinggi dari para tamu tersebut (Suci et al., 2018: 411).

Fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan tamu menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan sebelum mereka memilih tempat penginapan. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada kolom penilaian Traveloka, para tamu memperlakukan fasilitas kolam renang yang airnya keruh dan kotor, tidak tersedianya fasilitas kantin umum sehingga para tamu kesulitan untuk mencari macam-macam makanan dan terpaksa harus memesan makanan dari restoran hotel yang dengan harga yang relatif mahal. Padahal semakin lengkap dan terawat

fasilitas yang disediakan pihak hotel, para tamu akan merasakan kepuasan sehingga mereka akan terus memilih hotel tersebut sebagai prioritas pilihannya (Syahputra & Herman, 2020: 62).

Tempat adalah satu di antara elemen dari kondisional yang mempunyai pengaruh terhadap ketetapan tamu menginap (Taan et al., 2020: 54). Hotel Harris Waterfront terletak jauh dari pusat kota sehingga tamu kesulitan untuk mencari transportasi umum, selain itu para tamu juga kesulitan untuk memesan barang atau makanan secara online dikarenakan jarak yang begitu jauh dari keramaian.

Memberikan rasa puas kepada para tamu merupakan salah satu cara yang harus pihak hotel berikan agar tamu senantiasa memutuskan menginap di hotel tersebut ketika ingin berlibur. Keputusan menginap yang dilakukan oleh tamu adalah kunci bagi kelangsungan siklus operasional hotel (Effendi et al., 2018: 91).

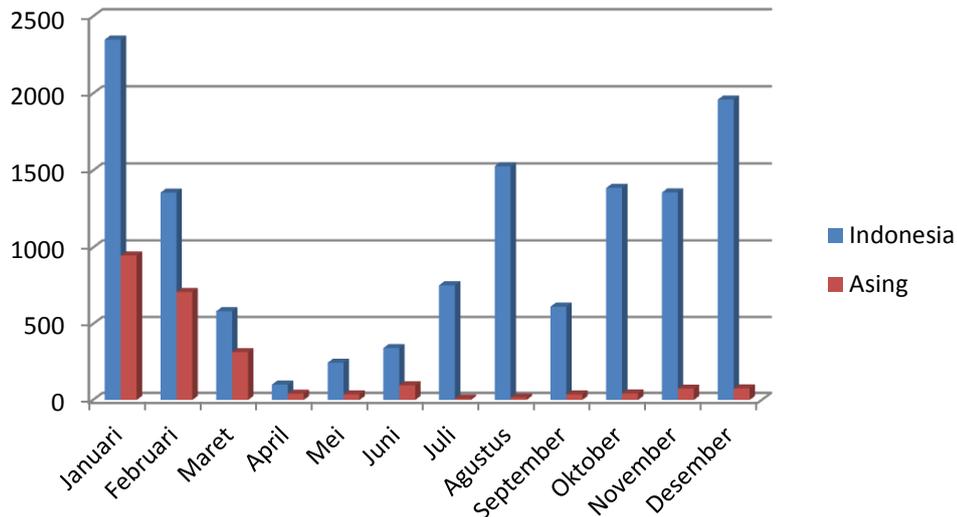
Berikut merupakan data jumlah tamu yang menginap pada Hotel Harris Waterfront periode Januari- Desember 2020.

Tabel 1. 1 Jumlah Tamu Menginap Tahun 2020

Jumlah Kamar	Bulan	Tamu	
		Indonesia	Asing
250	Januari	2350	948
250	Februari	1357	710
250	Maret	584	314
250	April	101	41
250	Mei	245	37
250	Juni	342	96
250	Juli	755	10
250	Agustus	1528	16
250	September	614	37
250	Oktober	1387	43
250	November	1358	74
250	Desember	1960	76
Total		12.581	2.404

Sumber : Hotel Harris Waterfront, 2021

Data jumlah tamu yang menginap tersebut disajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut agar terlihat jelas fluktuasinya.



Gambar 1. 1 Data Jumlah Tamu Menginap Tahun 2020

Sumber : Hotel Harris Waterfront

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar yang ditampilkna, total tamu yang menginap di Hotel Harris Waterfront di 2020 mengalami fluktuasi setiap bulannya. Pada bulan Januari tamu yang menginap sebanyak 2.350 yang berasal dari Indonesia dan sebanyak 948 yang merupakan orang asing. Lalu mengalami penurunan di Februari menjadi 1.357 dan 710 tamu. Penurunan kembali terjadi dibulan Maret dan puncaknya terjadi penurunan secara derastis pada bulan April yang jumlah tamu menginap hanya 101 tamu lokal dan 41 tamu asing. Fluktuasi jumlah tamu yang menginap terus terjadi sampai bulan Desember dengan jumlah tamu yang menginap menjadi 1.960 dan 76 tamu asing. Fluktuasi jumlah tamu yang menginap tersebut dapat dipengaruhi oleh penilaian tamu lain yang telah melakukan penginapan yang dapat di akses secara online dan umum.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas terlihat bahwa keputusan tamu untuk menginap tergantung dari segi kualitas pelayanannya, sarana, dan juga lokasi. Dengan begitu peneliti memutuskan mengkajinya dan memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap di Hotel Harris Waterfront”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Sebagaimana penjabaran yang sudah dijabarkan, di bawah merupakan problematika yang telah diidentifikasi:

1. Kualitas pelayanan *receptionist* dalam memberikan informasi kurang informatif, kurang cepat tanggap serta penyediaan jalan keluar dari permasalahan terhadap tamu yang kurang membuat puas.
2. Kurangnya variasi menu saat melayani sarapan tamu.
3. Fasilitas kolam renang yang keruh dan kotor.
4. Tidak terdapat fasilitas kantin umum sehingga tamu kesulitan untuk mencari makanan selain yang disediakan restoran.
5. Lokasi yang jauh dari pusat kota membuat tamu kesulitan untuk mencari transportasi umum dan memesan makanan secara online.
6. Menurunnya jumlah tamu karena adanya penilaian yang mempengaruhi keputusan menginap.

1.3. Batasan Masalah

Agar peneliti lebih fokus ke permasalahan penelitian ini, pengkaji memberikan limitasi yang ada. Berikut merupakan batasan problematika peneliti tentukan :

1. Studi ini memfokuskan kepada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Haris Waterfront.
2. Data yang dipakai adalah tamu yang menginap di Hotel Haris Waterfront tahun 2020.
3. Objek penelitian ini adalah Hotel Haris Waterfront.

1.4.Rumusan Masalah

Sebagaimana pada uraian yang telah dijabarkan, berikut adalah beberapa masalah yang telah dirumuskan di mana dihadapi Hotel Haris Waterfront yang peneliti rumuskan:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront?
2. Apakah fasilitas secara parsial mempengaruhi keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan mempengaruhi keinginan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront?

1.5.Tujuan Penelitian

Berlandaskan penjabaran yang sudah diuraikan dalam rumusan masalah, studi yang dilakukan memiliki tujuan untuk:

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront.

2. Melihat adanya pengaruh fasilitas terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront.
3. Meninjau adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Harris Waterfront.
4. Mengidentifikasi adanya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta lokasi terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Harris Waterfront.

1.6. Manfaat Penelitian

Sebagaimana eksplanasi yang telah diuraikan, peneliti merincikan manfaat studi, di antaranya:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dari studi yang dilakukan, penelitian ini diharap bisa bermanfaat untuk digunakan menjadi sumber pemahaman yang mampu mendukung serta memperluas ilmu pengetahuan khususnya terkait problematikan yang telah dijadikan alasan dilakukannya pengkajian.

1.6.2. Manfaat Praktis

Daya guna yang didapatkan berdasarkan berbagai pihak pada riset yang dilaksanakan ialah:

1. Bagi perusahaan

Studi ini diharap dapat memberikan hasil serta sebagai referensi bagi pihak hotel dalam meningkatkan mutu servis, lokasi dan sarana dan prasarana untuk meningkatkan ketetapan tamu untuk menginap dan masukan yang diberikan bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk memperbaiki maupun menyediakan kekurangan pada Hotel Harris Waterfront.

2. Bagi Penulis

Riset ini sekiranya bisa menambah pengalaman peneliti dalam mempraktekan ilmu yang didapatkan serta dapat membangun penulis agar lebih baik lagi melalui kritik dan saran yang diterima.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini sangat diharap bisa menambah pengetahuan semua mahasiswa maupun mahasiswi Universitas Putera Batam dan bisa digunakan bahan rujukan karya tulis ilmiah lainnya serta sebagai referensi data.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Indrasari, 2019: 61) “Mutu pelayanan ialah pemenuhan keperluan serta kehendak pelanggan disertai dengan akurasi dalam menyampaikan kehendak agar dapat menyeimbangi keinginan pelanggan tersebut”. Kualitas pelayanan ialah opini komprehensif pelanggan terhadap servis yang perusahaan berikan dimana servis tersebut dapat mencapai harapannya atau tidak (Anwar & Putera, 2020: 37).

Menurut (Palaba, 2020: 38) kualitas pelayanan merupakan melayani secara optimal dari ekspektasi konsumen yaitu memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginannya. (Katemung et al., 2018:979) mengatakan kualitas pelayanan merupakan inti dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan dalam pelayanan sehingga dapat mengimbangi harapan mereka.

Sedangkan Zeithaml mendefinisikan bahwa penilaian dari konsumen terhadap kelebihan dari pelayanan secara keseluruhan itulah yang disebut dengan kualitas pelayanan (Wardana, Ditra Hidayat, 2021: 709). Kualitas pelayanan ditentukan dari keputusan yang dibutuhkan konsumen, sedangkan produk atau jasa memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan tersebut secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tentang kualitas pelayanan maka kesimpulan dari kualitas pelayanan adalah melayani secara optimal dari ekspektasi konsumen yaitu memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginannya yang selanjutnya dinilai oleh konsumen apakah sesuai dengan harapan mereka atau tidak.

2.1.1.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 karakteristik dari mutu pelayanan servis (Indrasari, 2019: 67) yaitu:

1. Intangibility

Merupakan suatu tindakan atau proses jasa tanpa melihat, merasakan, mendengar ataupun meraba sebelum konsumen membeli jasa tersebut.

2. Inseparability

Awalnya jasa dijual terlebih dulu lalu diproduksi yang selanjutnya di konsumsi pada saat yang bersamaan.

3. Variability

Bersifat fleksibel yang artinya berbagai macam variasi, jenis, dan kualitas.

4. Perishability

Jasa tidak bisa bertahan lama dan disimpan sangat lama.

5. Lack of Ownership

Konsumen hanya bisa mempunyai akses individu dan dibatasi oleh waktu.

2.1.1.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat beberapa takaran mutu jasa yang perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan (Indrasari, 2019: 62) yaitu:

1. Akses

Layanan yang diberikan harus dapat menjangkau seluruh tempat dengan tepat waktu.

2. Komunikasi

Perlu dilakukan komunikasi dalam memberikan pelayanan yang akurat, efisien, dan efektif.

3. Kompetensi

Berkaitan dengan keahlian atau keterampilan yang pegawai miliki serta pengetahuan sesuai pelayanan yang diberikan.

4. Kesopanan

Karyawan seharusnya responsif, ramah, dan bersikap santai agar dapat melakukan pelayanan yang memadai.

5. Kredibilitas

Perusahaan dapat dipercaya dan memiliki tempat dihati konsumen.

6. Keandalan

Memberikan pelayanan secara konsisten dan benar.

7. Responsif

Berkaitan dengan kecepatan dan kreativitas karyawan dalam menangani permasalahan yang dihadapi perusahaan.

8. Keamanan

Pelayanan yang perusahaan berikan harus bebas resiko, jauh dari bahaya dan keraguan.

9. Nyata

Pelayanan tersebut harus menggambarkan kualitas pelayanan dalam bentuk fisik.

10. Memahami konsumen

Perusahaan harus benar-benar berusaha untuk dapat mengetahui harapan pelanggan.

2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pandangan Kotler yang telah dialih bahasakan oleh (Indrasari, 2019: 66) ada 5 indikasi dalam hal pelayanan berkualitas:

1. Bukti Fisik

Merupakan tampilan fisik perusahaan yang dapat dilihat oleh konsumen.

2. Empati

Merupakan bentuk kesediaan perusahaan untuk memberikan kepedulian kepada konsumennya.

3. Keandalan

Merupakan pelaksanaan jasa yang dijamin cepat dan terpercaya yang dilakukan sesuai kemampuan perusahaan.

4. Cepat Tanggap

Layanan sigap dan cepat dari perusahaan untuk mengatasi keluhan dari konsumen.

5. Jaminan

Pemberian jaminan pelayanan melalui pengetahuan dan kesopanan karyawan agar menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1. Pengertian Fasilitas

Tjiptono pada (Effendi *et al.*, 2018: 90) sarana dan prasarana atau fasilitas sumber daya nyata yang disediakan perusahaan jasa sebelum menawarkan jasa tersebut kepada konsumen. (Desembrianita & Ruslin, 2016: 347) fasilitas merupakan sarana yang disediakan oleh perusahaan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan.

Menurut (Yulistia, 2020: 76) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan yang dapat memudahkan penggunaannya dalam melakukan aktivitasnya. (Syahputra & Herman, 2020: 62) fasilitas merupakan sarana yang bersifat memudahkan konsumen untuk melakukan kegiatannya. Perusahaan yang semakin lengkap fasilitasnya maka akan sering menjadi pilihan konsumen di perusahaan itu.

Berangkat dari perspektif tersebut, maka diambil kesimpulan jika sarana dan prasarana merupakan semua hal dalam bentuk sarana yang disiapkan oleh firma dalam memudahkan konsumen beraktivitas.

2.1.2.2. Jenis Fasilitas

Fasilitas dapat dibedakan menjadi dua jenis yang diklasifikasikan berdasarkan wujudnya (Yulistia, 2020: 76), yaitu:

1. Fasilitas Fisik

Suatu benda yang dapat melancarkan dan memudahkan berkegiatan

2. Fasilitas Non-fisik

Merupakan fasilitas yang tidak berwujud secara langsung, tetapi dapat dinikmati. Misalnya jaringan wifi, listrik dan air.

2.1.2.3. Keputusan Desain Fasilitas

Menurut Tjiptono dalam (Desembrianita & Ruslin, 2016: 348), suatu perusahaan dalam menentukan keputusan desain fasilitas harus memperhatikan beberapa hal penting, yaitu:

1. Sifat dan tujuan perusahaan
2. Ketersediaan lahan dan keperluan lokasi
3. Fleksibel, Jika volume permintaan sering tidak stabil maka desain dibutuhkan.
4. Faktor estetika, fasilitas yang menarik dan tertata rapi dapat memberi suasana positif.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

2.1.2.4. Indikator Fasilitas

Fasilitas mempunyai indikator sebagaimana pernyataan Tjiptono dalam (Taan et al., 2020: 55) ada enam yaitu :

1. Perencanaan spasial

Meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kualitas dan corak yang digabungkan dan dibuat untuk menstimulasi pengetahuan maupun respon emosional orang yang mengamatinya.

2. Perancangan ruang

Meliputi perancangan mengenai desain interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot maupun aliran sirkulasi.

3. Perlengkapan

Berupa perlengkapan yang mampu mempersembahkan ketentraman serta sebagai infrastruktur lain untuk pelanggan yang menggunakannya.

4. Tata cahaya dan warna

Tata kelola pemberian corak pada regulasi pencahayaan dan ruangan yang diatur berdasarkan sifat aktivitas yang dilakukan pada tempat tersebut.

5. Pesan ilustratif

Meliputi tampilan bentuk, simbol, indikator atau penampilan yang diimplementasikan.

6. Unsur penunjang

Sarana dan prasarana ekstensi lainnya, seperti tempat ibadah, internet, parker yang luas dan toilet.

2.1.3. Lokasi (X3)

2.1.3.1. Pengertian Lokasi

Menurut (Yulistia, 2020: 75) lokasi merupakan tempat khusus yang dapat di manfaatkan untuk kegiatan ekonomi. Lokasi merupakan posisi sebuah perusahaan di wilayah yang strategis demi maksimalisasi keuntungan (Efrianto, 2016). Lokasi yang tepat untuk suatu usaha adalah dekat dengan konsumen.

Sedangkan menurut (Suci et al., 2018: 411) lokasi merupakan suatu tempat usaha yang dijalankan dimana semakin baik lokasi tersebut maka dapat mempengaruhi keuntungan yang didapatkan. Lokasi yang baik adalah lokasi yang memberikan kemudahan bagi para konsumennya sehingga mereka tidak perlu memikirkan banyak hal lagi (Darwati & Susetyowati, 2019: 132).

Sebagaimana pelbagai pengertian di atas, maka ditarik konklusi bahwasanya lokasi merupakan letak tempat yang dimanfaatkan untuk menjalankan suatu usaha dan lokasi yang strategis dapat mendatangkan keuntungan yang maksimal.

2.1.3.2.Faktor Penentuan Lokasi

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk memilih lokasi menurut Tjiptono (Efrianto, 2016: 6) yaitu:

1. Akses, yaitu tempat yang mudah diakses
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang mudah kelihatan dan mudah di temukan.
3. Kelancaranan lalu lintas
4. Memiliki lahan parkir yang aman dan luas.
5. Ekspansi, yakni ketersediaan lahan yang cukup dalam memperluas wilayah kedepannya.
6. Dukungan dari lingkungan sekitar.
7. Jarak dengan tempat kompetitor
8. Regulasi sentral tentang ketetapan dalam menertibkan daerah dari pedagang atau pengusaha tertentu.

2.1.3.3. Interaksi Dalam Lokasi

Terdapat tiga jenis interkasi yang berpengaruh terhadap lokasi menurut Lupiyoadi dalam penelitian (Effendi et al., 2018: 90) yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa

Perusahaan hendaknya memilih lokasi yang strategis dan dekat dengan konsumen guna memberikan kemudahan agar bisa diakses.

2. Penyedia jasa mengunjungi konsumen

Terkait ini lokasi bukanlah sesuatu yang utama, tapi pemasaran jasa harus punya kualitas.

3. Penyedia jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung

Area sangat tidak esensial selama penyedia jasa dan konsumen dapat berkomunikasi dengan baik dan tanpa kendala.

2.1.3.4. Indikator Lokasi

Menurut Hendra Fure dalam (Taan et al., 2020: 56) terdapat empat indikator lokasi, yaitu:

1. Tempat berada dalam jangkauan

Tempat yang tidak menyulitkan pelanggan seperti lalu lintas yang tidak padat, kondisi jalan baik dan adanya penerangan.

2. Memiliki tempat cukup luas

Lokasi yang memiliki tempat luas dan tidak terlalu padat.

3. Lingkungan sekitar yang nyaman

Lingkungan sekitar lokasi terasa aman dan nyaman.

4. Ketersediaan lahan parkir

Ketersediaan lahan parkir tidak jauh lokasi..

2.1.4. Keputusan Menginap

2.1.4.1. Pengertian Keputusan Menginap

(Syahputra & Herman, 2020: 63) mendefinisikan pengambilan ketetapan adalah suatu sikap dalam menetapkan kehendak pelanggan untuk menentukan hotel atau penginapan yang akan dipakai sebagai tempat tinggal dalam jangka waktu pendek. Ketetapan konsumen adalah keputusan untuk menentukan pilihan menggunakan atau tidak, keputusan diambil dengan cermat apabila didukung oleh informasi atau data (Darwati & Susetyowati, 2019: 133).

Keputusan konsumen untuk menginap adalah suatu hasil dari pertimbangan pelanggan untuk menetapkan preferensi yang sejalan dengan kehendak serta kebutuhannya (Stefanie, 2018: 106). Keputusan konsumen merupakan kegiatan saat menetapkan suatu ketentuan untuk melaksanakan perniagaan terhadap jasa yang disediakan (Nurhayati, 2016: 483).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen untuk menginap adalah hasil pertimbangan dan penilaian dalam menentukan pilihan dengan mencari informasi untuk mendukung keputusan tersebut.

2.1.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap

Menurut (Indrasari, 2019: 76) ada banyak hal pengaruh konsumen dalam membuat keputusan untuk menginap, yaitu:

1. Faktor Adat atau Budaya: Kebiasaan dan kelas sosial memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan yang mempunyai minat, nilai, dan sikap yang serupa. Kelas social menggambarkan pendapatan.
2. Faktor Sosial: menyangkut sekelompok acuan, keluarga dan peranan serta status dalam kelompok masyarakat
3. Faktor Individu : Pengambil keputusan untuk menginap itu terpengaruh karakter personal misalnya usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian.
4. Faktor Psikologis : Keputusan yang dipengaruhi karena adanya inspirasi, perspektif, dan pembelajaran serta kepercayaan dan sifat.

2.1.4.3. Indikator Keputusan Menginap

Kotler dalam (Suci et al., 2018: 414) mengemukakan terdapat lima indikator dalam mengukur keputusan konsumen untuk menginap, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan

Yaitu merasakan kebutuhan seperti apa saja yang seyogyanya disiapkan

2. Pencarian informasi

Menghimpun pelbagai referensi dan data-data dari beragam sumber mengenai hal yang ingin diputuskan. Misalnya mencari detail tempat penginapan sebelum menginap.

3. Evaluasi alternative

Melakukan evaluasi terhadap beberapa alternative yang telah diputuskan.

4. Keputusan menginap

Pengambilan keputusan berdasarkan hasil penilaian dan evaluasi sebelumnya.

5. Perilaku setelah menginap

Tindakan yang diambil selanjutnya setelah melakukan penginapan. Berdasarkan kepuasan atau ketidak puasan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Studi-studi sebelumnya dijadikan bahan rujukan serta untuk melihat hasil yang didapatkan pada penelitian sebelumnya sebagai acuan dalam menyusun riset ini. Beberapa penelitian yang dijadikan studi terdahulu dan digunakan peneliti ialah sebagaimana berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	(Hidayat et al., 2021) <i>American Journal of Humanities and Social Sciences Research</i> (AJHSSR) Vol.5 No.1 e-ISSN :2378-703X	<i>Influence of Muslim-Friendly Facilities, Prices, and Locations On Decisions to Stay At Three And Four-Star Hotels In Mataram City</i>	<i>Structural Equation Model Partial Least Square</i> (SEM-PLS).	- <i>facilities have an effect on the decision to stay at hotels in Mataram city</i> - <i>location has an effect on the decision to stay at a hotel in Mataram city</i>
2	(Tefera & Govender, 2017) <i>African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure</i> Vol.3 No.5 ISSN: 2223-814X	<i>Hotel Ratings, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: The Perception of Guests at Ethiopian Hotels</i>	SERVQUAL and SERVPERF	<i>The results revealed that there was a significant positive relationship between service quality and customer satisfaction.</i>
3	(Syahputra & Hendri Herman, 2020) Jurnal Imliah Kohesi. Vol.4 No.3	Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di OS Hotel Batam.	Analisis regresi linear berganda	Sarana memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan menginap di OS Hotel Batam.
4	(Nurhayati, 2016) <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> Vol.4 No.2 ISSN:2503-1406	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pada Hotel Zahra Syariah Kendari.	Analisis regresi linear berganda	-Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan menginap - tempat mempengaruhi keinginan untuk menginap. - mutu jasa dan tempat berpengaruh terhadap keinginan menginap secara bersama-sama.

Lanjutan Tabel 2.1

5	(Palaba, 2020) PUSAKA Vol.2 No.1 ISSN:2656-1336	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Hotel dan Wisma di Kabupaten Pinrang	Analisis regresi linear berganda	Mutu jasa yang disediakan dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.
6	(Stefanie, 2018) Vol.6 No.1 Jurnal Hospitality Manajemen Jasa	Pengaruh Lokasi dan <i>Serviscape</i> Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel	Analisis regresi linear berganda	- lokasi mempengaruhi keputusan menginap secara positif dan signifikan
7	(Efrianto, 2016) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5 No.9 ISSN:2461-0593	Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Alana Surabaya.	Analisis regresi linear berganda	-lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap. -layanan berpengaruh terhadap keputusan menginap. -lokasi serta layanan secara signifikan mempengaruhi keputusan menginap.
8	(Jusuf et al., 2019) Jurnal Manajemen Sinergi Vol.5 No.2 ISSN:2534-855X	Pengaruh Periklanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Grand Dafam Bela Ternate	Analisis regresi linear berganda	Fasilitas mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap keputusan menginap

Sumber : Peneliti, 2021

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan sesuatu yang dijabarkan dari berbagai macam teori ataupun konsep tergantung persoalan yang diteliti secara terperinci serta

menimbulkan dugaan yang membentuk kerangka atau bagan alur dari pikiran kemudian dijadikan sebagai hipotesa (Sujarweni, 2019: 66).

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap

Mutu jasa dikatakan baik jika pelayanan firma mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga memberikan rasa puas kepada konsumennya dalam memenuhi kebutuhannya. Rasa puas yang konsumen rasakan dapat dijadikan pertimbangan dalam membuat keputusan untuk menentukan pilihannya (Efrianto, 2016: 3).

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Desembrianita & Ruslin, 2016: 352) dengan hasil keinginan untuk bermalam punya dampak positif serta signifikan dari segi mutu jasa. Hal tersebut memperlihatkan jika kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan, maka akan membuat konsumen memutuskan menginap.

2.3.2. Hubungan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap

(Effendi et al., 2018: 90) mengungkapkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan aktivitasnya selama di hotel, untuk itu pihak hotel harus selalu memperhatikan khususnya yang bertalian dari apa yang digunakan secara langsung oleh konsumen. Dengan begitu tamu akan merasa terpuaskan dan mempengaruhi keputusannya untuk menginap di hotel tersebut.

Pernyataan itu mendapat dukungan dari studi yang dikaji (Taan et al., 2020: 3) yang menyimpulkan bahwasanya sarana dan prasarana mempunyai pengaruh

positif. Disini terlihat jelas bahwa jika fasilitas hotel semakin lebih baik dan memadai maka ketertarikan konsumen untuk menginap semakin meningkat.

2.3.3. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap

Lokasi yang baik serta terjangkau bisa meningkatkan keinginan menginap. Tempat yang strategis serta tidak jauh untuk menjangkau tempat-tempat lainnya menjadi dasar pertimbangan konsumen untuk membuat suatu keputusan (Suci et al., 2018: 411).

Penelitian yang dilakukan (Darwati & Susetyowati, 2019: 137) mendukung pernyataan tersebut dengan hasil bahwa lokasi memiliki pengaruh bagi ketetapan untuk menginap secara signifikan dan positif.

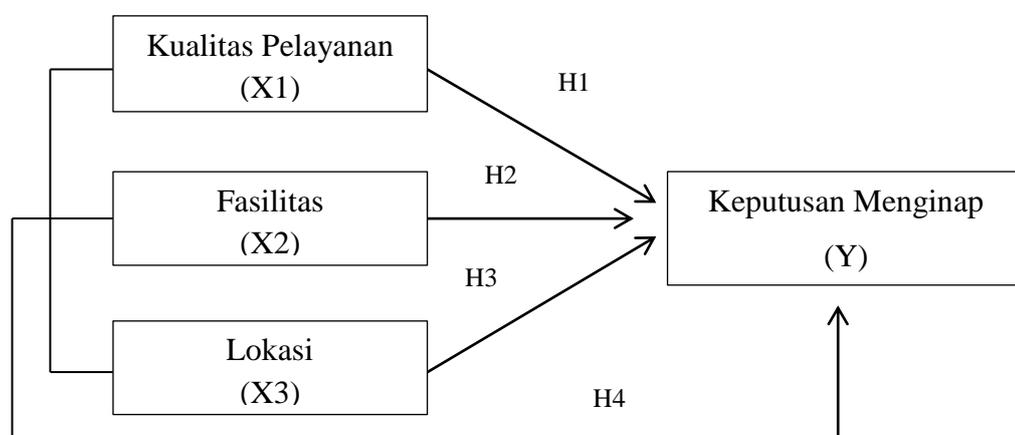
2.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap

Mutu pelayanan ialah aspek esensial di mana perlu perindustrian perhatikan penyedia jasa. Pelayanan berkualitas berfokus untuk memenuhi kehendakan dan keperluan konsumen disertai dengan akurasi dalam pelayanannya agar sesuai dengan harapan (Katemung et al., 2018: 979). Selain itu, (Anwar 2020:37) mengemukakan jika firma jasa memiliki sarana yang lengkap dan nyaman maka konsumen akan mudah memilih untuk menggunakan jasanya. Lokasi yang aman dan mudah untuk dijangkau dapat menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung (Stefanie, 2018: 104).

Penelitian yang dilakukan oleh (Anwar & Putera, 2020: 40) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap di Hotel Travellers Suites Medan menunjukkan bahwa mutu servis, tempat serta

sarana dan prasarana berpengaruh bagi pelanggan untuk menginap atau tidak . Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan menginap).

Berikut merupakan kerangka berpikir pada penelitian ini dan membuktikan hubungan antar variable bebas dan terikat.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Peneliti, 2021

2.4.Hipotesis Penelitian

Sebagaimana tinjauan yang ada pada kerangka berpikir dan teori yang dijabarkan, maka berikut beberapa hipotesisnya:

H₁ : Kualitas pelayanan diduga berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap pada Hotel Harris Waterfront.

H₂ : Fasilitas diduga memberikan pengaruh terhadap tamu untuk menginap pada Hotel Harris Waterfront.

H₃ : Lokasi diduga berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap pada Hotel Harris Waterfront.

H4 : kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi diduga berpengaruh positif terhadap keputusan tamu menginap pada Hotel Harris Waterfront.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Studi yang dikaji ialah riset jenis kuantitatif. Menurut (Sujarweni, 2019: 39) penelitian kuantitatif merupakan studi yang menggunakan prosedur statistik atau pengukuran untuk mencapai hasil penemuan. Penelitian kuantitatif terfokus terhadap dampak yang mempunyai karakter khusus, dalam pengumpulan data menggunakan instrument, melakukan penganalisisan data untuk selanjutnya diambil kesimpulan.

3.2.Sifat Penelitian

Studi yang dilakukan bersifat konotatif atau asosiatif di mana dilaksanakan demi melihat kemungkinan adanya keterkaitan sebab-akibat perihal dampak mutu pelayanan, tempat serta fasilitas terhadap keinginan tamu agar menginap pada Hotel Harris Waterfront. (Sujarweni, 2019: 49) berpandangan penelitian asosiatif ialah studi penelitian yang disusun demi mengidentifikasi pengaruh korelasi masing-masing variabel. Replikasi riset yang dilakukan yaitu dalam upaya mengulang penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Anwar & Putera, 2020: 40) namun dengan objek yang berbeda. Ini diterapkan untuk menahkikkan bahwasanya hasil yang didapatkan menghasilkan penjelasan yang lebih jernih dari interaksi antar variabel. Sehingga pada riset ini mejelaskan mengenai ada tidaknya pengaruh kualitas jasa, lokasi serta fasilitas terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Harris Waterfront.

3.2. Lokasi dan Periode Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Riset yang dikaji berlokasi di Hotel Harris Waterfront yang berada di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.1, Marina, Tj. Riau Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Periode penelitian ini diawali dari bulan Maret sampai Agustus 2021 yang di mulai dari pengajuan judul sampai penyerahan hasil penelitian.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Keterangan	Bulan					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul						
BAB I						
BAB II						
BAB III						
Kuesioner						
Mengolah Data						
BAB IV						
BAB V						
Penyerahan Hasil						

Sumber : Peneliti, 2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi ialah total menyeluruh di mana memiliki subjek maupun objek yang mempunyai karakter terbatas yang ditentukan dari peneliti dalam suatu wilayah (Sujarweni, 2019: 80). Dalam penelitian ini, populasi ialah semua tamu asal Indonesia yang melakukan penginapan di Hotel Harris Waterfront pada tahun 2020 sejumlah 12.581 orang.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel ialah bagian keseluruhan serta ciri-ciri populasi dalam riset yang diterapkan (Sujarweni, 2019: 81). Peneliti dalam studi ini melakukan penentuan sampel dengan memakai metode *probability sampling*. Yakni, cara pengumpulan sampel untuk memberikan peluang yang serupa terhadap semua populasi agar dijadikan sampel (Sujarweni, 2019: 85). Untuk menentukan siapa yang akan dijadikan sampel, peneliti menggunakan metode *probability simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa menghiraukan strata atau tingkatan yang ada dalam populasi tersebut (Sujarweni, 2019: 85).

3.4.3. Teknik Sampling

Adapun metode dalam menggunakan teknik *sampling* ini menerapkan formula *slovin* dengan kesalahan persentasi 10%.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Rumus 3.1 Slovin

Sumber : (Sujarweni, 2019: 82)

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentase kesalahan yang diinginkan

Berdasarkan rumus tersebut, pengaplikasian rumus *slovin* pada studi yang dikaji untuk mencari barometer sampel adalah:

$$n = \frac{12.581}{1 + (12.581)(0.10)^2}$$

$$n = \frac{12.581}{1 + (12.581)(0.01)}$$

$$n = \frac{12.581}{1 + 125,81}$$

$n = 99,2$, dibulatkan menjadi 100.

Maka, total sampel pada studi ini berjumlah 100 responden dari pembulatan nilai hitung berdasarkan rumus diatas.

3.4. Sumber Data

Studi yang dilakukan ini memakai sumber informasi internal karena peneliti mendapatkan data secara langsung dari Hotel Harris Waterfront. Sumber data internal merupakan data yang berasal dari bagian dalam perusahaan yang menggambarkan perusahaan tersebut (Sujarweni, 2019: 89).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Teknik yang diaplikasikan pada tahapan penghimpunan informasi untuk memperoleh kumpulan data dari responden yang tergantung lingkungan penelitian (Sujarweni, 2019: 93). Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui:

1. Observasi

Merupakan catatan secara terstruktur pada kasus yang diamati selama ini dari objek penelitian.

2. Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan informasi dari penyebaran pernyataan dan pertanyaan secara tertulis terhadap responden agar dijawab. Jawaban tersebut kemudian diberi skor menggunakan skala likert. Skala likert berfungsi sebagai

tolak ukur persepsi individu maupun kelompok terkait dengan fenomena social yang terjadi (Sujarweni, 2019: 104).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan		Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
R	Ragu-Ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber : (Sujarweni, 2019: 104)

3.6. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan atribut suatu objek yang mempunyai variasi yang peneliti tetapkan dalam hal apa saja untuk dipelajari guna mendapatkan informasi yang selanjutnya dapat ditarik kesimpulan (Sujarweni, 2019: 74). Dalam operasional variabel, dijabarkan lebih awal menjadi pengertian yang jelas untuk digunakan sebagai tolak ukur dalam riset.

3.6.1. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah fenomena yang yang terkena pengaruh maupun dampak dikarenakan adanya variabel independen (Sujarweni, 2019: 75). Keputusan menginap Keputusan merupakan variabel dependen pada penelitian ini (Y). Peneliti membatasi indikator keputusan menginap menurut (Suci et al., 2018: 414) di bawah ini:

1. Pengumpulan informasi
2. Penilaian alternatif
3. Introduksi keperluan
4. Keputusan menginap

5. Perilaku setelah menginap

3.6.2. Variabel Independen

Menurut (Sujarweni, 2019: 75) variabel independen merupakan variabel yang merupakan variabel yang memberi pengaruh terhadap variabel dependen. Kualitas pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Lokasi (X_3) merupakan variabel independen pada penelitian ini.

Terdapat limitas perihal indikator X_1 . Berdasarkan opini (Indrasari, 2019: 66) sebagai berikut:

1. Afeksi
2. Bukti fisik
3. Tanggungan
4. Kecakapan
5. Responsif

Sedangkan batasan indikator untuk fasilitas (X_2), menurut Tjiptono dalam (Taan et al., 2020: 55) yakni:

1. Kesan modern
2. Melayani seluruh bagian
3. Kesan profesional
4. Perhatian terhadap pelanggan

Batasan indikator untuk variabel lokasi (X_3) menurut Hendra Fure dalam (Taan et al., 2020: 56) antara lain:

1. Lokasi mudah dijangkau
2. Memiliki tempat cukup luas

3. Lingkungan sekitar yang nyaman

4. Ketersediaan lahan parkir

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Pelayanan yang berkualitas yaitu kebutuhan dan keinginan konsumen mampu terpenuhi secara tepat dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen tersebut. (Indrasari, 2019: 61)	1. Bukti Fisik 2. Empati 3. Kehandalan 4. Cepat Tanggap 5. Jaminan	Likert
2	Fasilitas (X ₂)	Fasilitas merupakan sarana yang bersifat memudahkan konsumen untuk melakukan kegiatannya. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan,	1. Kesan modern 2. Melayani seluruh bagian 3. Kesan profesional 4. Perhatian terhadap pelanggan	Likert
3	Lokasi (X ₃)	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha dijalankan dimana semakin baik lokasi tersebut maka dapat mempengaruhi keuntungan yang didapatkan. (Suci et al., 2018: 411)	1. Lokasi mudah dijangkau 2. Mempunyai lahan yang luas 3. Kenyamanan di lingkungan sekitar 4. Ketersediaan lahan parkir.	Likert
4	Keputusan Menginap (Y)	Keputusan konsumen untuk menginap adalah suatu hasil dari pertimbangan konsumen untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhannya. (Stefanie, 2018: 106)	1. Introduksi keperluan 2. Penghimpunan data 3. Keputusan menginap 4. Penilaian opsional 5. Sikap setelah menginap	Likert

Sumber : Peneliti, 2021

3.8. Metode Analisis Data

Berdasarkan (Sugiyono, 2017: 232) analisa data merupakan aktivitas untuk mengklasifikasikan informasi sesuai dengan variabel, membuat tabulasi data untuk setiap variabel, melakukan perhitungan untuk mendapatkan jawaban dalam rumusan masalah. Kemudian menghitung dalam pengujian hipotesis yang telah dikemukakan menggunakan suatu metode.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan opini (Sujarweni, 2019: 122) analisis deskriptif dipakai dalam menyediakan deskripsi perihal segala ciri-ciri informasi yang diperoleh dari suatu sampel dan diolah pervariabel. Pada riset yang dikaji ini, peneliti memakai *software* SPSS versi26 sebagai alat bantu dalam memperoleh gambaran informasi narasumber pada masing-masing variabel beban dan terikat.

Hasil jawaban yang telah peneliti terima lewat hasil angket, peneliti kemudian mendeskripsikannya dengan mengaplikasikan formula rentang skala dalam melihat hasil jawaban informan tersebut. Dalam melihat rentang rasio memakai cara di bawah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber: (Umar, 2016: 91)

Penjelasan:

RS = Rentang rasio

n = Total Responden

m = Total opsional respon

Sehingga pengukuran rasio dalam riset yang dilaksanakan berdasarkan rumus tersebut yaitu:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan akumulasi yang sudah ditetapkan berdasarkan respon informan akan dikategorikan berdasarkan sesuai klasifikasi dibawah ini.

Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Kategori Skor	Kriteria
1	100 – 180	Sangat Tidak Baik
2	181 – 261	Tidak Baik
3	262 -342	Cukup Baik
4	343 – 423	Baik
5	424 – 504	Sangat Baik

Sumber : Peneliti, 2021

3.8.2.Uji Kualitas Data

3.8.2.1.Uji Validitas

Tes ini diimplementasikan dalam upaya melihat layak tidaknya suatu argumen maupun pernyataan dalam menjelaskan suatu variabel dengan kondisi empiris di lapangan (Sujarweni, 2019: 108). Pembuktian valid tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat dari jumlah koefisien sebagaimana di bawah:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Korelasi *Product Moment*

Sumber : (Sujarweni, 2019: 108)

Keterangan :

r = koefisien dari correlation

n = Jumlah banyaknya subjek

y = skor item

x = skor keseluruhan dari x

Hasil dari r_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dimana $df = n - 2$ untuk mengetahui apakah data yang diterima dikatakan valid atau tidak, kriterianya (Sujarweni, 2019: 108) :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dikatakan valid serta memperlihatkan hubungan yang signifikan.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid dan tidak memperlihatkan hubungan yang signifikan.

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian jenis ini ialah patokan stabilitas informan saat memberikan jawaban dari pertanyaan maupun pernyataan dalam suatu kuesioner untuk masing-masing variabel (Sujarweni, 2019: 110). Untuk mencari reliabilitas suatu data pada riset berikut memakai metode *Cronbach Alpha* dengan kriteria apabila nilai Alpha lebih besar 0,60 maka reliabel. Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Rumus 3. 3 *Cronbach's Alpha*

Sumber : (Sujarweni, 2019: 110)

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Total daftar pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total variasi butir pertanyaan

σ_b^2 = Total varians

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Tes ini diimplementasikan dalam menakar data apakah berdistribusi normal atau sebaliknya dalam suatu penelitian (Priyatno, 2016: 97). Pengukuran uji ini menerapkan cara :

1. Grafik p-plot

Data dalam variabel tersebar normal ketika titik-titik yang dihasilkan merapat dan mengikuti garis diagonal dalam grafik p-plot (Priyatno, 2016: 98).

2. Histogram

Data dikatakan berdistribusi normal apabila grafik histogram berbentuk bel yang dilebarkan hingga tak terhingga di bagian sisi kanan maupun kiri. (Priyatno, 2016: 98).

3. Kolmogorov-Smirnov

Data tersebar normal apabila nilai *Asymp.* signifikannya melebihi 0,05 dan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 (Priyatno, 2016: 99).

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Tes ini diterapkan dalam menguji adanya model regresi pada informasi dari studi apakah korelasi antar variabel terjadi atau tidak (Sujarweni, 2019: 158).

Agar menunjukkan multikolinearitas pada riset ini, peneliti menggunakan metode

VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan jika $VIF > 10$ dengan *tolerance* $< 0,1$, maka dalam data penelitian mengalami gejala multikolinearitas (Sujarweni, 2019: 159).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Tes ini diaplikasikan dalam melihat hasil uji residual yang tidak mempunyai versi yang serupa (Sujarweni, 2019: 159). Jika tidak ada indikator heteroskedastisitas dalam informasi, maka jenis regresi dianggap bagus Untuk melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, peneliti menggunakan cara :

1. Gambar *Scatterplot*

Apabila titik-titik data menyebar dan meluas diatas, dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul, dan tidak memformulasikan suatu protipe yang bergelombang, maka gejala heteroskedastisitas pada studi tidak terjadi. (Sujarweni, 2019:160).

2. Uji *Glejser*

Uji Park Glejser dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai absolut residual pada setiap variabel independennya. Jika nilai probabilitas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, maka penelitian tanpa memiliki tanda gejala heteroskedastisitas (Sujarweni, 2019: 226).

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisa linier berganda dipakai dalam mengidentifikasi terdapat atau tidak suatu pengaruh dua atau variabel terikat. Disamping hal tersebut, analisis regresi

juga dipakai uji menguji kebenaran praduga yang telah ditawarkan pada riset.

(Sujarweni, 2019: 160). Model dari analisa berganda adalah di bawah ini:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3. 4 Analisis Linear Berganda

Sumber: (Sujarweni, 2019: 160)

Eksplanasi

Y = Keputusan Menginap X₁ = Kualitas pelayanan

a = Kontanta X₂ = Fasilitas

b₁, b₂, b₃ = Koefisien X₃ = Lokasi

e = standar error

3.8.4.2. Uji Determinan (R²)

Peneliti menggunakan uji R² untuk mengetahui seberapa besar suatu profit tranformasi pada variabel dependen (Y) yang diakibatkan variabel independen (X). Berdasarkan pandangan (Sujarweni 2019: 228) makin besar nilai R² maka akan besar pula kontribusi persentase transformasi variabel dependen yang dikarenakan oleh variabel independen. Namun apabila R² semakin rendah, maka kontribusi persentase semakin kecil pula. Pengaruh dari variabel bebas dapat dilihat dari nilai R² sebagai model regresi.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.2. Uji T (Parsial)

Uji T menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependennya (Sujarweni, 2019: 229).

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 5 Thitung

Sumber : (Sujarweni, 2019: 229)

t	= nilai t_{hitung}
r^2	= koefisien determinasi
r	= koefisien korelasi
n	= banyak anggota sampel

Pengujian pada uji t ini menggunakan langkah-langkah (Sujarweni, 2019: 229) :

1. Tentukan dahulu H_0 serta H_a

Hipotesis 1

H_{01} : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap.

H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap.

Hipotesis 2

H_{02} : Fasilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap.

H_{a2} : Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap.

Hipotesis 3

H_{03} : Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap.

H_{a3} : Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menginap.

2. Ketentuan kesimpulan

Ha ditolak serta H0 diterima ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai sig lebih kecil daripada 0,05.

Ho diterima dan Ha ditolak ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $>0,05$.

3.9.3. Uji F (Simultan)

Tes ini dipakai dalam upaya mengidentifikasi pengaruh seluruh variabel independen terhadap dependen secara simultan (Sujarweni, 2019: 228). Tabel ANOVA pada output SPSS menunjukkan hasil dari uji F, atau dapat dihitung memakai rumus :

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{1-R^2}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

Rumus 3. 6 Fhitung

Sumber : (Sujarweni, 2019: 228)

Keterangan :

R^2 = Dampak jumlah variabel x

k = total variabel x

n = jumlah takaran sampel

Menurut (Sujarweni, 2019: 228) tahap-tahap untuk pengujiannya yaitu:

1. Menentukan rumus Ha serta H0

Hipotesis 4:

H_0 = Kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap secara simultan

H_a = Kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menginap.

2. Penentuan konklusi

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima, H_o ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan signifikansi $> 0,05$ maka H_o diterima, H_a ditolak.