



Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Tamu di Pade Hotel Aceh Besar

Reckyanto Mella^{1*}, Meitolo Hulu¹

¹ Universitas Pelita Harapan, Indonesia

 reckyanto@gmail.com*

Abstract

The number of visits is decreasing because in addition to the impact of the pandemic, but visitors' interest in staying at the Pade Hotel Aceh has also decreased. Friendly and responsive service can increase guest satisfaction. Location is a key factor influencing stay decisions, while hotel facilities also play an important role in determining customer comfort and satisfaction. This study aims to identify the effect of service quality, facilities, and location on stay decisions at the Pade Hotel Aceh. There were 100 respondents in this study where participants included all visitors who stayed at Pade Hotel Aceh. The results showed a significant influence of Service Quality and Location on visitors' Staying Decisions. Meanwhile, the Facility factor proved to have no significant effect on the Staying Decision. The measurement of the representation of this research variable is 66.2% so it is necessary to consider other additional factors related that can influence visitors' decisions to stay.

Keywords: Service Quality, Stay Decision, Service Quality Facilities

ARTICLE INFO

Article history:

Received
October 12, 2023
Revised
November 12,
2023
Accepted
December 06,
2023

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://www.attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah aspek utama yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan perhotelan dalam merancang maupun pada saat mewujudkan rancangan jasa tersebut kepada para tamunya. Hotel diharapkan dapat menyediakan kualitas pelayanan yang memenuhi kebutuhan tamu serta dapat memenuhi ekspektasi tamu ketika tamu memutuskan menginap di hotelnya (Katemung et al., 2018: 979). Kualitas pelayanan yang bermutu artinya pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan tamu, sebaliknya suatu pelayanan dikatakan kurang bermutu ketika tidak dapat memenuhi harapan tamunya (Andari & Mulyantomo, 2020: 79).

Parasuraman (2013) dalam (Indriyanto et al., 2019), mengklasifikasikan kualitas pelayanan menjadi lima golongan, antara lain : 1. Bukti Fisik (Tangible), dimensi ini seperti fasilitas fisik yang dapat dilihat, diraba dan dicium tamu, contohnya seperti bentuk arsitektural gedung yang indah, taman yang asri, interior yang bagus dan karyawan hotel yang rapi. 2. Handal (Reliability), hal ini terkait dengan hotel dapat memenuhi apa yang dijanjikan kepada tamu, contohnya waktu check in yang sesuai, menu makan pagi yang variatif dan fasilitas kamar yang lengkap dan fungsional. 3. Responsif (Responsiveness), hal ini berkaitan dengan kemampuan para staff yang dapat memenuhi kebutuhan tamu dengan cepat dan tepat. 4. Jaminan (Assurance), staff hotel dapat memperlihatkan kemampuan dan pengetahuannya dalam bekerja melayani tamu sehingga tamu dapat merasa aman dan nyaman menginap di hotel tersebut. 5. Empati (Empathy), hal ini terkait

dengan bagaimana pelayanan yang diberikan dapat dirasakan memenuhi kebutuhan para tamu secara individual maupun bersama - sama.

Fasilitas hotel yang disediakan harus dapat memenuhi kebutuhan tamunya. Contohnya, untuk hotel yang banyak dikunjungi tamu pebisnis maka dapat disediakan business centre yang layak dan nyaman sehingga memudahkan tamu untuk bekerja. Menurut (Tjiptono, 2014) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ditawarkan untuk menarik kunjungan tamu, dengan melibatkan indikator seperti proporsi, simetri, tekstur, dan warna yang diintergrasikan untuk respons intelektual dan respons emosional dari tamu, perencanaan interior serta arsitektur, perabotan, tata cahaya, penerangan serta info grafis.

Hal utama yang harus diperhatikan oleh pemilik modal sebelum memutuskan untuk berinvestasi membangun hotelnya adalah pertimbangan lokasi dimana hotel tersebut akan dibangun. Hal ini agar hotel yang kelak akan beroperasi dapat tepat berada dilokasi yang memang membutuhkan keberadaan fasilitas hotel tersebut. Menurut (Senggetang et al., 2019), pertimbangan yang harus diperhatikan dalam memilih lokasi hotel, antara lain: 1. Lokasi tersebut mudah untuk dijangkau dengan berbagai sarana transportasi, baik transportasi pribadi maupun transportasi umum. 2. Lokasi dapat terlihat dengan mudah dengan pandangan normal, terletak dipinggir jalan. 3. Hal yang terkadang tidak diperhatikan adalah bahwa lokasi yang dipilih harus dapat mengakomodir kebutuhan parkir untuk tamu dan karyawan hotel. 4. Pertimbangan berikutnya adalah bahwa lokasi yang dipilih masih menyediakan kemungkinan ruang untuk berkembang / lahan untuk ekspansi.

The Pade Hotel adalah hotel dengan konsep boutique hotel yang terletak di jalan Soekarno Hatta no 1, kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh. Hotel ini memiliki total 65 kamar yang terbagi dalam beberapa type kamar. 4 kamar suite mountain view, 2 kamar suite garden view dan 59 kamar deluxe. Setiap kamar dilengkapi dengan private balcony. Hotel ini didesain dengan konsep open air / udara terbuka, lobby dan koridor tidak dibuat tertutup sehingga membuat udara segar bebas berganti. Menurut keterangan Bapak Febri Yansyah Putra sebagai Hotel Duty Manager, dalam keadaan pasca pandemi dimana kesadaran akan kualitas udara yang bersih semakin tinggi, maka konsep udara terbuka ini menjadi salah satu fasilitas yang dipertimbangkan pengunjung karena udara yang segar dan sinar matahari yang kaya di tiap balkon kamarnya membuat pengunjung nyaman dan aman terkait isu kesehatan.

Table 1. Jumlah Pengunjung The Pade Hotel Tahun 2017 sd 2022

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	30.016
2018	27.072
2019	29.514
2020	18.719
2021	28.641
2022	27.684

Sumber : The Pade Hotel, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat diamati bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang berkunjung ke hotel tersebut. Sebelum pandemi, tahun 2017 dan 2019 jumlah tamu yang berkunjung secara rata rata sekitar 30.000 pengunjung, namun ditahun 2018 jumlah tamu yang berkunjung turun cukup besar sekitar 27.072 pengunjung atau turun 9,81% dibanding tahun 2017. Pada tahun 2020 ketika masa awal pandemi, jumlah pengunjung turun menjadi 18.719 pengunjung atau turun 36,58% dibanding tahun 2019. Ditahun

2021, jumlah pengunjung kembali naik menjadi 28.641 pengunjung, atau naik 53% dibanding tahun 2020. Di tahun 2022, jumlah tamu turun menjadi 27.684 pengunjung atau turun sekitar 3.3%. Dalam pertimbangan ekonomisnya, hotel ini menargetkan jumlah tamu yang berkunjung setiap tahunnya sekitar 36.000 pengunjung atau 78% occupancy rate.

Adanya jumlah kunjungan yang semakin menurun secara umum disebabkan oleh minat pengunjung untuk menginap di hotel yang juga menurun. Aras et al. (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang buruk juga akan mempengaruhi keputusan tamu hotel untuk menginap. Sebaliknya pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif kepada tamu, sehingga tamu merasa puas dan nyaman selama menginap. Ketika suatu akomodasi menyajikan pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan tamu, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, lokasi merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan menginap seseorang. Keputusan untuk menginap di suatu tempat seringkali terkait dengan lokasi akomodasi tersebut dan keterjangkauan dari lokasi tersebut terhadap kegiatan atau tempat yang ingin dikunjungi oleh tamu (Efrianto & Suwitho, 2016). Fasilitas hotel juga dianggap sebagai faktor penentu tamu untuk memutuskan menginap. Fasilitas - fasilitas ini memainkan peran kunci dalam menentukan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Misalnya, ketersediaan kamar yang bersih dan nyaman, fasilitas kamar mandi yang lengkap dan aksesibilitas yang baik dapat menjadi faktor penting dalam membuat keputusan. Selain itu, fasilitas umum seperti kolam renang, pusat kebugaran, restoran, dan layanan kamar juga dapat mempengaruhi keputusan para tamu untuk menginap (Švec et al., 2021).

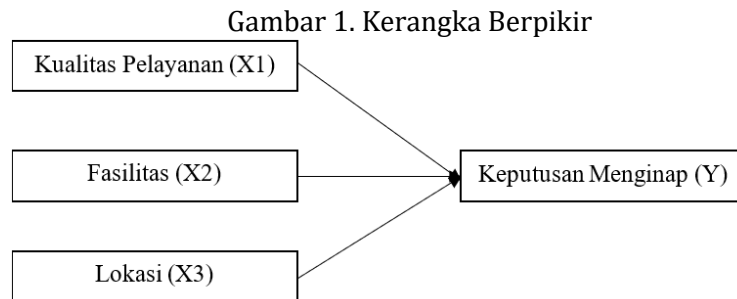
Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap pada tamu The Pade Hotel Aceh. Penelitian ini menyoroti seberapa besar faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan menginap sehingga diharapkan dapat menjadi rekomendasi untuk perbaikan manajemen baik dari segi pelayanan, fasilitas atau kemudahan akses lokasi ke hotel tersebut.

METODE

Berdasarkan fluktuasi jumlah pengunjung di atas, maka peneliti berniat melakukan kajian terhadap variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi hotel dan pengaruhnya terhadap keputusan menginap di The Pade Hotel Aceh ini. Studi yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer atau data yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada tamu yang menginap di The Pade Hotel. Waktu penelitian dilakukan antara bulan september sampai dengan november 2023. Adapun populasi pada penelitian ini adalah tamu yang sedang atau pernah menginap di The Pade Hotel Aceh dengan total sampel sebanyak 100 orang. Dengan kata lain, peneliti mengumpulkan data kuesioner dari 100 tamu yang menginap di hotel tersebut.

Pada pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti menggunakan kuesioner berbasis skala likert dari 1 hingga 5. Proses ini melibatkan penyebaran angket kepada responden yang diminta untuk memberikan penilaian responden dilakukan dengan menjawab sejumlah pertanyaan terkait dengan topik penelitian. Setiap responden akan memberikan peringkat berdasarkan tingkat setujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan dalam angket, dengan 1 menunjukkan tingkat ketidaksetujuan yang tinggi dan 5 menunjukkan tingkat setujuan yang tinggi. Data yang dikumpulkan kemudian akan dianalisis untuk memahami pandangan dan persepsi tamu terhadap masalah yang diteliti, membantu dalam pengambilan keputusan, dan menyusun rekomendasi kebijakan yang lebih baik untuk The Pade Hotel Aceh. Pengambilan keputusan ini berdasarkan variabel yang diteliti. Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu Keputusan Menginap (Y), dan Variabel independent yang meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2),

Lokasi,(X3). Dengan demikian, kerangka berpikir pada penelitian ini dapat disusun sebagai berikut.



Sumber: Adaptasi dari (Katemung et al., 2018)

Variabel X1 kualitas pelayanan, variabel X2 fasilitas dan variabel X3 lokasi adalah merupakan variabel bebas atau independen, sedangkan variabel Y atau keputusan menginap merupakan variabel terikat atau dependen.

Hipotesis penelitian, adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap.
- H2: Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap.
- H3: Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap.

Untuk memenuhi keputusan dari hipotesis yang dipaparkan diatas, peneliti menggunakan software SPSS 22 dan metode analisis data termasuk regresi linier berganda dan persamaan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk mencapai tujuannya. Persamaan estimasi OLS disajikan di bawah ini.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

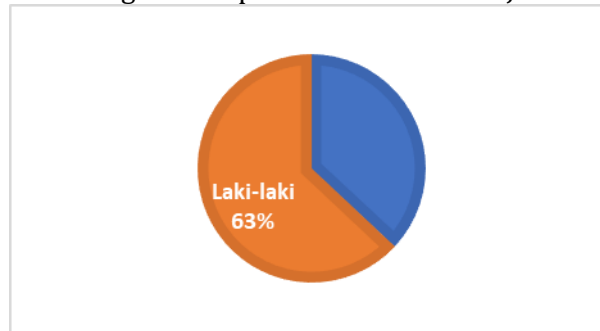
Keterangan :

- Y : Keputusan Menginap
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Variabel Independen ($X_{1,2}$)
- β_0 : Konstanta
- X_1 : Kualitas Pelayanan
- X_2 : Fasilitas
- X_3 : Lokasi
- ε : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

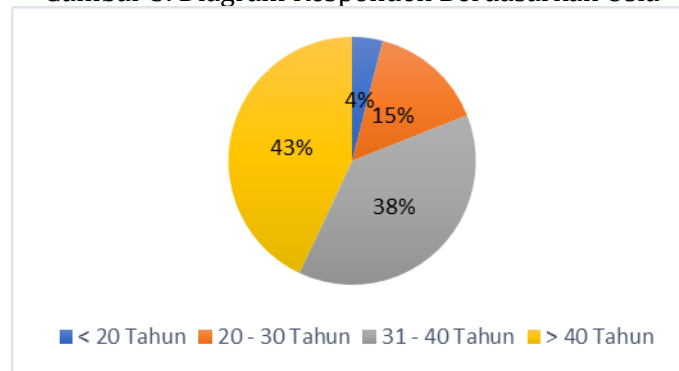
Data yang dikumpulkan pada penelitian ini sebanyak 100 tamu di The Pade Hotel Aceh dengan karakteristik yang beragam. Oleh karena itu, peneliti melakukan analisis secara deskriptif untuk mengetahui karakteristik responden baik total responen berdasarkan jenis kelamin, usia maupun jenis pekerjaan. Adapun hasil responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan dalam bentuk diagram sebagai berikut.

Gambar 2. Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



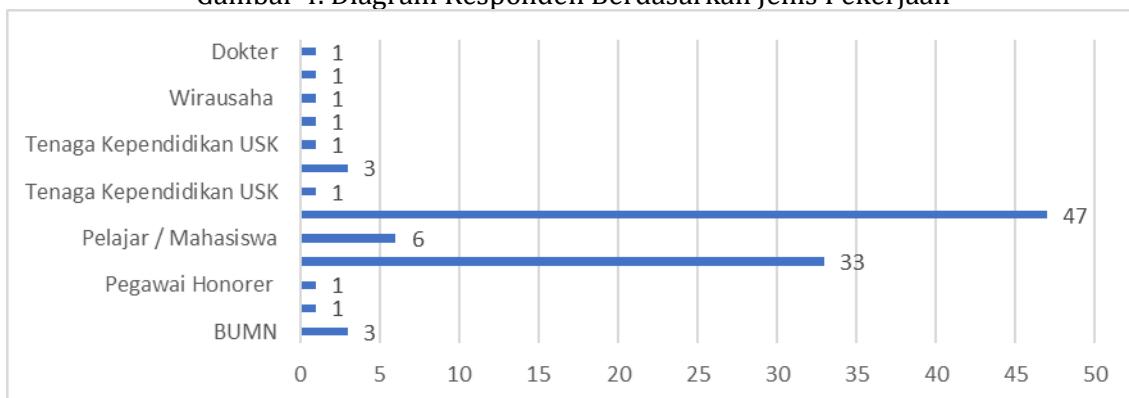
Hasil deskriptif persentase responden tamu di The Pade Hotel Aceh berdasarkan jenis kelamin (Gambar 2), dapat disimpulkan bahwa sebanyak 37% dari total responden adalah perempuan, sementara 63% sisanya merupakan laki-laki. Proporsi ini memberikan gambaran tentang komposisi jenis kelamin pengunjung hotel.

Gambar 3. Diagram Responden Berdasarkan Usia



Hasil deskriptif persentase responden tamu di The Pade Hotel Aceh berdasarkan rentang usia, terlihat bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok usia 31-40 tahun, mencapai 38% dari total. Sementara itu, kelompok usia di atas 40 tahun juga signifikan dengan persentase sebesar 43%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas tamu hotel cenderung berusia di atas 30 tahun, yang mungkin mengindikasikan bahwa The Pade Hotel Aceh lebih menarik bagi kelompok usia yang lebih dewasa. Selain itu, terdapat 15% responden yang berada dalam rentang usia 20-30 tahun, dan hanya 4% dari responden berusia di bawah 20 tahun. Selanjutnya, untuk analisis deskriptif responden berdasarkan pekerjaannya dapat disajikan pada diagram batang sebagai berikut.

Gambar 4. Diagram Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan



Hasil deskriptif frekuensi responden tamu di The Pade Hotel Aceh berdasarkan pekerjaan (Gambar 4.), terlihat bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS), mencapai 47 orang. Persentase ini menunjukkan bahwa PNS merupakan kelompok pekerjaan yang signifikan dalam jumlah kunjungan tamu ke hotel. Selain itu, Pegawai Swasta juga tergolong cukup besar dengan persentase sebesar 33 orang, menandakan adanya minat yang cukup tinggi dari kalangan pekerja swasta terhadap layanan yang ditawarkan oleh The Pade Hotel Aceh.

Adapun variasi pekerjaan responden cukup beragam, mencakup berbagai profesi seperti militer (TNI/POLRI), tenaga kependidikan, pengusaha, wirausaha, dan profesi medis seperti dokter. Meskipun beberapa profesi seperti pegawai BUMN, Ibu Rumah Tangga (IRT), Pegawai Honorer, Pelajar/Mahasiswa, Pegawai Kontrak Badan Pemerintah Pusat, dan Tenaga Kependidikan USK masing-masing hanya memiliki frekuensi yang lebih kecil, namun tetap memberikan keragaman dalam profil pekerjaan responden. Dengan demikian, peneliti melanjutkan dengan analisis secara inferensi dimana dibutuhkan pengujian validitas dan reliabilitas dari hasil data kuesioner yang telah dibutuhkan.

Uji validitas dan reliabilitas adalah salah satu langkah penting dalam proses pengembangan atau penggunaan instrumen pengukuran seperti kuesioner atau tes. Tujuannya adalah untuk menentukan seberapa baik instrumen mengukur konstruk target. Umumnya peneliti akan menggunakan korelasi Pearson sebagai uji validitas (Sürücü & Maslakci, 2020). Setelah koefisien korelasi Pearson dihitung, hasilnya harus dinilai kesesuaiannya dalam menunjukkan keandalan instrumen. Jika ingin mengetahui seberapa signifikan hasil korelasi, dapat menggunakan tabel distribusi korelasi Pearson, terkadang disebut "tabel r", atau melakukan uji statistik. Tabel r merujuk pada suatu tabel yang memuat nilai-nilai ambang kritis untuk koefisien korelasi Pearson pada tingkat signifikansi tertentu, biasanya diukur pada taraf signifikansi 0,05. Adapun hasil uji validitas disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.89	0.1966	Valid
X1.2	0.904	0.1966	Valid
X1.3	0.872	0.1966	Valid
X1.4	0.857	0.1966	Valid
X2.1	0.823	0.1966	Valid
X2.2	0.838	0.1966	Valid
X2.3	0.882	0.1966	Valid
X2.4	0.826	0.1966	Valid
X3.1	0.83	0.1966	Valid
X3.2	0.841	0.1966	Valid
X3.3	0.786	0.1966	Valid
X3.4	0.773	0.1966	Valid
Y.1	0.894	0.1966	Valid
Y.2	0.913	0.1966	Valid
Y.3	0.84	0.1966	Valid
Y.4	0.909	0.1966	Valid

Sumber: Hasil olahan data, 2023

Diperoleh hasil korelasi pearson (r-hitung). yang kemudian dibandingkan dengan nilai ambang kritis yang terdapat dalam r-tabel. Dengan derajat bebas $N-2 = 98$ sebesar 0.1966 untuk menetapkan apakah hasil korelasi tersebut signifikan atau tidak. Mengingat nilai korelasi Pearson (r-hitung) lebih besar dari r-tabel, maka seluruh pertanyaan penelitian harus dianggap sah. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas selesai. Sangat penting untuk menempatkan kuesioner dan tes melalui pengujian reliabilitas sebelum menggunakannya dalam penelitian dan pengembangan. Pengukuran berulang terhadap konsep atau variabel yang sama harus menghasilkan hasil yang konsisten, dan inilah yang dinilai reliabilitasnya (Sürücü & Maslakci, 2020). Alfa Cronbach biasanya digunakan untuk mengevaluasi keandalan; ini adalah ukuran konsistensi internal suatu alat ukur, dengan nilai alfa yang lebih tinggi menunjukkan keandalan yang lebih besar. Angka ini dihitung di SPSS.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0.902	Reliabel
Fasilitas (X2)	0.860	Reliabel
Lokasi (X3)	0.817	Reliabel
Keputusan Menginap (Y)	0.912	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data, 2023

Nilai Cronbach's alpha umumnya diinterpretasikan jika nilai alpha $> 0,70$, instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Nilai Cronbach's alpha seluruh variabel (Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Lokasi (X3) dan Keputusan Menginap (Y)) > 0.7 . Sehingga, ketiga variabel penelitian dinyatakan reliabel. Tahapan selanjutnya adalah analisis dan interpretasi dengan regresi linear berganda.

Saat melakukan analisis statistik dengan SPSS, uji simultan (uji F) digunakan untuk membandingkan banyak variabel independen terhadap satu variabel dependen dalam model regresi (Alita et al., 2021). Jika ingin mengetahui apakah ada variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, tes ini dapat membantu. Tabel 3.3 di bawah ini menunjukkan hasil pengujian serentak (Uji F).

Tabel 4. Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	346.455	3	115.485	65.657	.000 ^b
	Residual	168.855	96	1.759		
	Total	515.310	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil olahan data, 2023

Interpretasi uji simultan didasarkan pada perbandingan variabilitas antara kelompok dan dalam kelompok. Jika nilai sig. = $0.00 < \alpha = 0.05$, maka H1 variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat diterima, dan sesuai dengan nilai sig. Berdasarkan tabel diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa setidaknya dua kelompok memiliki perbedaan yang signifikan dalam konteks analisis yang dilakukan.

Setelah peneliti menyelesaikan pengujian simultan dengan menggunakan uji F, melanjutkan ke pengujian parsial, yang juga dikenal sebagai uji t. Dalam regresi linier berganda, uji t digunakan untuk menentukan kepentingan relatif setiap variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan variabel lainnya dianggap konstan (Alita et al., 2021). Dengan menggunakan uji t, peneliti dapat menentukan apakah variabel bebas tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji t disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.365	1.270		.288	.774
X1	.385	.089	.383	4.326	.000
X2	.184	.114	.168	1.618	.109
X3	.387	.117	.347	3.299	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan data, 2023

Interpretasi hasil uji t melibatkan melihat nilai t-hitung dan nilai sig. atau p-value yang terkait. Berdasarkan tabel 3.4, diketahui H1 dan H3 memiliki nilai p-value (sig.) pada kedua variabel independen sebesar 0.00 lebih kecil dibandingkan taraf signifikansinya α (0.05) variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan pada variabel Keputusan Menginap (Y) ketika salah satu variabel lainnya dianggap tetap (H1 dan H3 diterima). Sedangkan pada H2 diketahui nilai p-value sebesar 0.109 yang lebih besar dari 0.05 sehingga tidak berpengaruh signifikan (H2 ditolak). Diperoleh persamaan estimasi model adalah sebagai berikut.

$$Y = 0.365 + 0.385 X1 + 0.387 X3$$

Dengan demikian, peneliti dapat mengidentifikasi besarnya pengaruh variabel Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2) dan Lokasi (X3) pada Keputusan Menginap (Y) yang diuraikan:

- a) Konstanta 0.365: Menunjukkan bahwa apabila semua faktor Kualitas Layanan (X1) dan Lokasi (X3) tetap konstan secara bersama-sama maka masih terjadi peningkatan Keputusan Menginap sebesar 0.365.
- b) Koefisien 0,385 untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1): Ini berarti bahwa jika semua faktor lainnya tetap konstan, setiap peningkatan satu unit dalam variabel Kualitas Layanan akan berkontribusi positif sebesar 0,385 pada keputusan menginap. Kualitas layanan memainkan peran yang sangat signifikan dalam proses pengambilan keputusan menginap, terutama dalam konteks industri perhotelan (Ali et al., 2021). Konsep ini merujuk pada evaluasi bagaimana suatu organisasi memberikan pelayanannya sehubungan dengan harapan yang dimiliki oleh para tamunya. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif kepada tamu, sehingga tamu merasa puas dan nyaman selama menginap (Padma & Ahn, 2020). Ketika suatu akomodasi menyajikan pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan tamu, hal ini dapat meningkatkan kepuasan tamu. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, termasuk penyediaan akomodasi yang nyaman, responsif terhadap kebutuhan tamu, kebersihan, dan kepuasan secara menyeluruh bagi tamu. Menurut Famiyeh et al. (2018) kualitas layanan dalam industri perhotelan, pelayanan

yang optimal adalah hasil dari terciptanya budaya perusahaan yang terorganisir. Pentingnya layanan dalam mencapai serta melampaui harapan tamu bukan hanya sekadar aspek tambahan di sektor akomodasi, melainkan merupakan inti dari pengalaman menginap (Jawabreh et al., 2020). Sektor akomodasi tidak sekadar menyediakan produk fisik seperti kamar dan makanan; sebaliknya, penekanan besar diberikan pada aspek layanan untuk memastikan bahwa pengalaman tamu melampaui harapan. Oleh karena itu, ketika tamu mempertimbangkan pilihan tempat menginap, persepsi tamu terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh hotel atau tempat akomodasi memiliki dampak yang signifikan pada keputusan akhir bagi tamu.

- c) Koefisien 0,387 untuk variabel Lokasi (X3): Ini mengindikasikan bahwa jika faktor-faktor lainnya tetap konstan, setiap peningkatan satu unit dalam variabel Lokasi akan berkontribusi positif sebesar 0,387 pada keputusan menginap. Artinya, tingkat lokasi yang lebih baik biasanya terkait dengan peningkatan keputusan menginap pula. Pemilihan lokasi sebuah hotel bukan sekadar pemilihan tempat untuk bermalam, melainkan sebuah keputusan strategis yang dapat memengaruhi pengalaman keseluruhan para tamu (Yang et al., 2018). Hotel yang terletak di pusat kota atau berdekatan dengan atraksi wisata dan *landmark* memiliki daya tarik tersendiri, tidak hanya karena kenyamanan yang ditawarkan, tetapi juga akses mudah yang diberikan kepada berbagai fasilitas dan aktivitas di sekitarnya (Koprčina, 2020). Saat memantau lokasi, aspek-aspek seperti kemudahan transportasi dan aksesibilitas ke tempat makan menjadi krusial dalam membentuk pengalaman menginap yang positif (García-Solano et al., 2022). Selain itu, penting untuk mempertimbangkan kedekatan dengan kegiatan bisnis atau rekreasi, karena hal ini dapat menambah nilai tambah bagi para tamu yang memiliki kepentingan khusus selama menginap. Faktor lain yang tidak boleh diabaikan adalah karakteristik demografis dari komunitas. Setiap wilayah memiliki keunikan tersendiri, dan pemahaman terhadap karakteristik wisatawan potensial dapat membantu dalam menentukan apakah lokasi hotel sesuai dengan profil pelanggan yang diinginkan (Masiero et al., 2019). Tidak kalah pentingnya, pertimbangan terhadap persaingan dengan hotel sejenis di sekitar daerah tersebut juga perlu diperhatikan. Keberadaan hotel serupa dapat memengaruhi daya tarik dan keberlanjutan bisnis (Olya et al., 2021). Oleh karena itu, pemilihan lokasi haruslah dilakukan dengan cermat dan strategis, mempertimbangkan berbagai variabel yang mencakup kebutuhan dan preferensi spesifik dari para wisatawan potensial (Naiman & Mlozi, 2019). Dengan demikian, sebuah hotel yang terletak pada lokasi yang tepat dapat memberikan pengalaman menginap yang unik dan memuaskan bagi para tamu.

Selain itu, pada variabel fasilitas terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap di hotel. Hal ini merupakan alasan bahwa meskipun fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan tambahan, faktor-faktor lain seperti lokasi dan pelayanan yang ramah terbukti secara empiris memainkan peran yang signifikan. Beberapa tamu umumnya lebih memprioritaskan aksesibilitas ke tempat-tempat penting atau daya tarik wisata dan hanya menjadikan hotel sebagai tempat persinggahan untuk tidur tanpa membutuhkan fasilitas yang lengkap (Pueyo-Ros et al., 2018). Selain itu, interaksi dengan staf hotel dan suasana keseluruhan juga dapat menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan menginap (Khan et al., 2020; Roozen & Raedts, 2018). Oleh karena itu, sementara fasilitas yang baik dapat meningkatkan pengalaman menginap, keputusan akhir seringkali merupakan hasil dari kombinasi faktor-faktor yang menciptakan kesan menyeluruh yang positif dan memuaskan bagi para tamu.

Selanjutnya, hasil model estimasi keputusan pengunjung untuk menginap di hotel yang diperoleh dapat diukur menggunakan estimasi. Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R-squared (R^2), adalah metrik statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk menilai kekuatan penjelas model regresi sehubungan dengan perubahan variabel terikat. Sederhananya, semakin tinggi nilai R-squared, semakin baik kesesuaian model

regresi dengan data. Semakin besar angka R- squared, semakin baik model regresi tersebut dalam memperhitungkan *outlier* dalam data. Tabel 6. menyajikan hasil penelitian koefisien determinasi.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.662	1.32624

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Olahan data, 2023

Koefisien determinasi (Adjusted R-squared) sebesar 0,662 mencerminkan sejauh mana model regresi yang digunakan berhasil dalam menjelaskan variasi yang terdapat dalam Keputusan Menginap (Tabel 3.5). Dengan angka sebesar ini, sekitar 66.2% dari variasi yang terdapat dalam Keputusan Menginap dapat diatribusikan atau dijelaskan oleh kombinasi variabel independen yang disertakan dalam model, yakni Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) dan Lokasi (X3). Hal ini mengindikasikan bahwa model tersebut telah sukses dalam mendokumentasikan hubungan antara faktor-faktor tersebut secara komprehensif dan variabel-variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam menjelaskan variasi dalam keputusan menginap. Oleh karena itu, R-squared yang tinggi seperti ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki kapasitas prediksi yang kuat terhadap variabel dependen. Meskipun R-squared yang tinggi menjadi indikasi positif dalam analisis regresi, penting untuk memahami bahwa kendati model tersebut berhasil menjelaskan sebagian besar variasi dalam Keputusan menginap, masih terdapat sekitar 33.8% variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model tersebut. Keputusan Menginap juga mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perlu tetap berhati-hati dalam mengadopsi hasil ini dan mempertimbangkan adanya faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi keputusan menginap.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki dampak signifikan terhadap keputusan menginap di hotel, dengan koefisien masing-masing sebesar 0,385 dan 0,387. Kualitas pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan tamu, sementara lokasi yang strategis memberikan aksesibilitas dan nilai tambah bagi para tamu. Fasilitas, meskipun penting, tidak terbukti berpengaruh secara signifikan. Implikasinya, manajemen hotel perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pemilihan lokasi yang tepat untuk memenuhi harapan tamu dan meningkatkan keputusan menginap. Rekomendasi penelitian selanjutnya dapat mencakup pemahaman lebih lanjut terhadap faktor-faktor tambahan yang dapat memengaruhi keputusan menginap, serta eksplorasi lebih lanjut terkait dengan aspek-aspek spesifik dari kualitas layanan dan lokasi yang paling berpengaruh. Selain itu, penelitian dapat melibatkan analisis lebih mendalam terhadap faktor-faktor demografis dan karakteristik wisatawan potensial dalam konteks pemilihan lokasi hotel. Meskipun model regresi memiliki Adjusted R-squared sebesar 66,2%, perlu diingat bahwa masih ada sekitar 33,8% variasi yang tidak dapat dijelaskan, sehingga penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi keputusan menginap.

REFERENCES

- Aji, C.A. & Khan, M.J. (2019) The Impact of Active Learning on Students' Academic Performance. *Open Journal of Social Sciences*, 7, 204-211. <https://doi.org/10.4236/jss.2019.73017>
- Ali, B. J., Gardi, B., Jabbar Othman, B., Ali Ahmed, S., Burhan Ismael, N., Abdalla Hamza, P., & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. Ali, BJ, Gardi, B., Othman, BJ, Ahmed, SA, Ismael, NB, Hamza, PA, Aziz, HM, Sabir, BY, Anwar, G.(2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14-28.
- Alita, D., Putra, A. D., & Darwis, D. (2021). Analysis of classic assumption test and multiple linear regression coefficient test for employee structural office recommendation. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 15(3), 295-306.
- Andari, M. P., & Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). *Solusi*, 18(3), 77-88.
- Aras, M., Persada, I. N., & Nabella, S. D. (2023). The influence of service quality, Trust, and facilities on the decision to choose SP Hotel Batam. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 1(4), 417-431.
- Bungin, B. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Efrianto, A., & Suwitho, S. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel The Alana Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(9).
- Famiyeh, S., Asante-Darko, D., & Kwarteng, A. (2018). Service quality, customer satisfaction, and loyalty in the banking sector: The moderating role of organizational culture. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(8), 1546-1567.
- García-Solano, M. L., Llanes, C., Housni, F. E., & Pavelka, J. (2022). Getting ready to work: adventure tourism guides' eating and drinking behavior. *Journal of Behavior and Feeding*, 2(1), 24-32.
- Indriyanto, M. N., Kawatak, S. Y., & Sahabat, S. (2019). Measuring the service quality of the front office department at Hotel Ibis Manado. *Jurnal Lasallian*, 16(2), 83-87.
- Jawabreh, O., Jahmani, A., Khaleefah, Q., Alshatnawi, E., & Abdelrazaq, H. (2020). Customer expectation in five star hotels in aqaba special economic zone authority (ASEZA). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(4), 417-438.
- Keatemun. (2018). Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Pengaruh Kualitas Pelayanan, Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 978-987.
- Khan, I., Fatma, M., Shamim, A., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2020). Gender, loyalty card membership, age, and critical incident recovery: Do they moderate experience-loyalty relationship?. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102408.
- Koprčina, L. (2020). Current State and Development Potential of Luxury Heritage Hospitality in Old City Center of Split, Croatia. *Thesis*. Rochester Institute of Technology.
- Masiero, L., Yang, Y., & Qiu, R. T. (2019). Understanding hotel location preference of customers: Comparing random utility and random regret decision rules. *Tourism Management*, 73, 83-93.
- Naiman, N. M., & Mlozi, S. (2019). Factors Influencing Implementation of Environmental Management Practices among Hotels in Tanzania. *Huria: Journal of the Open University of Tanzania*, 26(2).

- Olya, H., Altinay, L., Farmaki, A., Kenebayeva, A., & Gursay, D. (2021). Hotels' sustainability practices and guests' familiarity, attitudes and behaviours. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1063-1081.
- Padma, P., & Ahn, J. (2020). Guest satisfaction & dissatisfaction in luxury hotels: An application of big data. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102318.
- Pueyo-Ros, J., Ribas, A., & Fraguell, R. M. (2018). Uses and preferences of visitors to coastal wetlands in tourism destinations (Costa Brava, Spain). *Wetlands*, 38, 1183-1197.
- Roozen, I., & Raedts, M. (2018). The effects of online customer reviews and managerial responses on travelers' decision-making processes. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(8), 973-996.
- Senggetang, S. Mandey, S.L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881 - 890
- Sürücü, L., & Maslakci, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694-2726.
- Švec, R., Martinát, S., Pícha, K., Klusáček, P., Knotek, J., Schaefer, J. C., & Navrátil, J. (2021). What drives visitors to tourist sites to choose "green" accommodation facilities?. *Environment, Development and Sustainability*, 1-26.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Yang, Y., Mao, Z., & Tang, J. (2018). Understanding guest satisfaction with urban hotel location. *Journal of Travel Research*, 57(2), 243-259.
-

Copyright Holder :

© Reckyanto Mella, Meitolo Hulu (2023).

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA