

PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI GRAND ROCKY HOTEL BUKITTINGGI

Oleh : Gabrylia Gema Balinda

Pembimbing : Siti Sofro Sidiq

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Grand Rocky Hotel Bukittinggi is one of the 4-star hotels in the Bukittinggi. High competition and ups and downs of occupancy rates in the last 4 years makes the company must have a strategy to maintain the occupancy of consumers so that each year purchasing decisions increase. This research was conducted to determine the effect of facilities on consumer purchasing decisions. This study uses a quantitative method with a statistical approach. Data obtained from 100 respondents who stayed at the Grand Rocky Hotel Bukittinggi. Then the data obtained were analyzed using multiple regression analysis: validity and reliability tests, classic assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F tests, and analysis of the coefficient of determination (R^2). An adjusted R square value of 0.505 indicates that the facility affects the stay decision by 50.5 percent.

Keywords: Facilities, Stay Decisions, Hotels

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pariwisata Indonesia sangat berkembang, dimana dapat dilihat dengan bertambahnya jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara setiap tahunnya. Pariwisata Indonesia semakin lama makin dikenal dimata mancanegara, dengan keindahan alamnya yang mempesona, dan didukung oleh keanekaragaman budaya yang tersebar diseluruh penjuru nusantara, menjadikan Indonesia salah satu tempat yang dijadikan destinasi wisata.

Menurut Salah Wahab pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan

penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks pariwisata juga merelisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, dan transportasi.

Dengan berkembangnya pariwisata di Indonesia maka semakin meningkat permintaan akomodasi. Semakin kuat persaingan, banyak hotel menawarkan fasilitas menarik dan berlokasi dekat dengan berbagai objek wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Kota Bukittinggi dikenal sebagai kota wisata. Ada banyak potensi wisata yang dimiliki kota Bukittinggi. Potensi ini merupakan pendukung yang baik bisa menarik wisatawan mancanegara maupun domestik untuk mengunjungi kota Bukittinggi, semakin menjamurnya

pembangunan hotel-hotel dari kelas menengah sampai hotel-hotel berbintang dikota Bukittinggi menjadi bisnis yang berkembang dan menjanjikan, salah satunya adalah dari segi bisnis perhotelan. Diperhatikan dari peningkatan jumlah kamar untuk setiap hotel berbintang dan tingkat hunian.

Tabel 1.1
Klasifikasi Hotel di Kota
Bukittinggi

No	Nama Hotel	Klasifikasi Bintang	Alamat
1	Hotel Grand Royal denai	****	Jl. Yos Sudarso No.5
2	Pusako Hotel Bukittinggi	****	Jl. Soekarno Hatta No.7
3	Grand Rocky Hotel Bukittinggi	****	Jl. Yos Sudarso No 29
4	Novotel	****	Jl. Laras Datuk Bandaro

Sumber : PHRI Kota Bukittinggi

Berdasarkan tabel di atas, Grand Rocky Hotel Bukittinggi merupakan salah satu hotel bintang empat yang ada dikota Bukittinggi, yang berlokasi 300 meter dari ikon Kota Bukittinggi yaitu Jam Gadang dan tempat wisata Kota Buikttnggi lainnya. Lokasi yang strategis membuat Grand Rocky Hotel Bukittinggi mempunyai tingkat hunian yang cukup tinggi tiap tahunnya dilihat dari occupancy 4 tahun terakhir.

Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah tamu yang menginap di Hotel Grand Rocky Bukittinggi:

Tabel 1.2
Tingkat Hunian (Occupancy)

Pengunjung Grand Rocky Hotel **Bukittinggi** **Periode 2015-2018**

Tahun	Kamar Terjual
2015	49.365
2016	42.705
2017	48.180
2018	50.370

Sumber : Grand Rocky Hotel

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap dihotel tersebut.

Dalam penelitian ini dipilih variabel fasilitas sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada variabel tersebut karena variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk menginap di Hotel Grand Rocky Bukittinggi.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah fasilitas mempengaruhi keputusan menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi?

1.3 Batasan Masalah

Menurut Engel Blac Will and miniard, 1995. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap di hotel yaitu periklanan, lokasi, kualitas, harga, personel, fasilitas, pelayanan, sifat pelanggan, promosi, penjualan, pelayanan, yang merupakan factor penting untuk menghasilkan minat dan respon dari konsumen dalam keputusan menginap. Peneliti membatasi menjadi satu faktor yaitu : Fasilitas (X_1) dan keputusan menginap (Y_1). Peneliti

juga membatasi populasi penelitian terfokus kepada tamu yang menginap di Grand Hotel Bukittinggi.

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap di Grand Rocky Bukittinggi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan pihak perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, yang berhubungan dengan fasilitas yang ada agar menarik wisatawan untuk menginap, dan dapat bermanfaat untuk meningkatkan jumlah pengunjung Hotel.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam di bidang perhotelan

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Hotel

2.1.1. Definisi Hotel

Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara professional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan.

Menurut Sulastiyono (2011:63-186) ada beberapa bagian-bagian di dalam hotel atau disebut department yang terdapat di dalam hotel yang biasanya terdiri dari 8 departement sebagai berikut:

- 1) Kantor Depan Hotel (*Front Office*)
- 2) Bagian Tata Graha (*Housekeeping*)
- 3) Makanan dan Minuman (*Food & Beverage*)
- 4) *Marketing and Sales Departement*
- 5) *Accounting Departement*
- 6) *Human Resource Departement*
- 7) *Engineering Departement*

8) *Security Departement*

2.2 Fasilitas

Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, fasilitas yang ada dapat berupa kondisi fasilitas, desain interior, dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan. Menurut Tjiptono (2014, h 318) indikator fasilitas ada enam yaitu :

- 1) Perencanaan Spasial
- 2) Perencanaan ruangan
- 3) Perlengkapan atau perabotan
- 4) Tata cahaya
- 5) Warna
- 6) Pesan yang disampaikan secara grafis

2.2.1. Fasilitas Hotel Bintang 4

Untuk membangun sebuah Hotel khususnya Bintang 4 harus memperhatikan klasifikasi bangunan sebagai berikut:

- 1) Lokasi dan Lingkungan
- 2) Sirkulasi
- 3) Taman
- 4) Tempat parkir
- 5) Bangunan
- 6) *Lobby*
- 7) Koridor
- 8) Ruang yang disewakan
- 9) Kamar tidur
- 10) Bar
- 11) Ruang Fungsional
- 12) Sarana rekreasi dan olahraga
- 13) Dapur
- 14) Area administrasi
 - a. *Front office*
 - b. Kantor pengelola hotel
- 15) Area tata usaha
- 16) *Laundry room*
- 17) Ruang operasional
 - a. Gudang
 - b. Ruang penerimaan bahan
 - c. Ruang karyawan
- 18) Peralatan teknis bangunan
 - a. Elevator atau Lift
 - b. Utilitas Penunjang
 - c. Komunikasi
 - d. Pencegahan bahaya kebakaran
 - e. Keamanan
 - f. Pembuangan Limbah

2.3 Keputusan Mengingat

Keputusan mengingat, merupakan tahap konsumsi berada pada proses keputusan konsumen, konsumen akan memutuskan membeli dan menggunakan produk dan jasa atau tidak. Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat didalam perilaku konsumen.

Agar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan tepat, bijaksana, dan ilmiah maka menurut flippo, didalam melakan pengambilan keputusan kita harus memperhatikan beberapa langkah pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Mengenal dan merumuskan masalah yang memerlukan tindakan
- b. Menentukan alternatif pemecahan yang mungkin
- c. Merumuskan suatu pecahan
- d. Mengumpulkan dari menganalisis fakta-fakta yang berhubungan dengan masalah.

Keputusan mengingat juga di dasari oleh minat pengunjung, minat dalam memilih suatu produk jasa sebelum menikmatinya. Crow menyatakan bahwa sikap seseorang dalam memutuskan melakukan konsumsi dipengaruhi oleh tiga komponen , yaitu :

- a. **Cognitif component**
Merupakan kepercayaan dan pengetahuan konsumen pada objek.
- b. **Affective component**
Merupakan emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek itu diinginkan atau disukai.
- c. **Behavioral component**
Merefleksikan kecendrungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, dan komponen ini menunjukan suatu tindakan.

Jadi, minat konsumen dalam memutuskan tempat mengingat adalah keinginan konsumen untuk memakai jasa yang berdasarkan minat dan kebutuhan yang ingin di penuhi.

2.3.1. Konsep Keputusan

Dalam proses pengambilan keputusan konsumen, konsumen harus melakukan pemecahan masalah. Masalah itu timbul dari kebutuhan yang dirasakan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan itu dan dengan mengonsumsi produk atau jasa yang sesuai. Menurut Ristiyanti & John Ihalauw, 2005 Pemecahan masalah ini memiliki tiga tingkatan.

a. Pertama

Pemecahan masalah yang mensyaratkan respon yang rutin dan berlanjut. Keputusan yang diambil tidak ada usaha yang cukup untuk mencari informasi dan menentukan alternatif.

b. Kedua

Pemecahan masalah dengan proses yang tidak berbelit-belit (terbatas) karena sudah ada tahap pemecahan masalah yang sudah di kuasai. Pemecahan masalah dalam hal ini sangat sederhana, jalan pintas kognitif yang menjadi ciri khas pemecahan masalah ini.

c. Ketiga

Pemecahan masalah yang dilakukan dengan upaya yang lebih hati-hati dan penuh pertimbangan (pemecahan masalah yang lebih intensif) di tingkatan ini konsumen memerlukan informasi yang relative.

2.3.2. Konsep Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menyeimbangkan sisi positif dan sisi negatif suatu produk dan jasa (compensatory decision rule) ataupun mencari solusi terbaik dari presfektif konsumen (non-compensatory decision rule). Menurut Schiffman & Kanuk, 2004 empat tipe proses pembelian adalah :

- a. Complex Decision Making
- b. Brand Loyalty
- c. Limited Decision Making
- d. Inertia

2.3.3. Tahapan proses Keputusan Pembelian

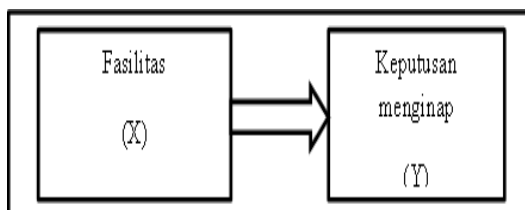
Gambar 2.1
Kerangka Pengambilan Keputusan



Sumber : Kotler (2005) Manajemen Pemasaran

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : dikembangkan untuk penelitian, 2019

2.5 Hipotesis Penelitian

H : Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena merupakan metode penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey, Dalam penelitian survey, informasi dikumpulkan menggunakan kuesioner.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi, Sumatra Barat. di Grand Rocky Hotel Bukittinggi, Jl. Yos Sudarso No 29 yang berlokasi di dekat tempat wisata kota Bukittinggi yang menjadi ikon dari kota Bukittinggi, yaitu jam Gadang yang berjarak tidak jauh dari hotel tempat penelitian, dan dapat ditempuh dengan berjalan kaki, serta tempat wisata terkenal lainnya seperti Kebun Binatang Kinantan, Pasar Atas, dan Balai sidang Bung Hatta. Alasan inilah yang menjadi pengaruh pemilihan lokasi penelitian.

Waktu penelitian dialakukan sejak bulan Maret-Juli 2019

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi dan Menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi.

3.3.2 Sampel

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin. Banyaknya populasi diambil dari jumlah pengunjung tahun terakhir, berikut penentuan jumlah sampel penelitian:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

e² = Margin Error

$$n = \frac{50.370}{(1 + (50.370 \times 0.1^2))}$$

$$n = \frac{50.370}{(1 + (50.370 \times 0.01))}$$

$$n = \frac{50.370}{504.7}$$

$$n = 99.802$$

Berdasarkan rumus Slovin didapat hasil $n = 99.802$ maka jumlah Sampel dibulatkan menjadi 100 orang koresponden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui media perantara dengan nara sumber informasinya berupa wawancara dengan informan penelitian dan hasil penelusuran yang dilakukan langsung di lokasi penelitian.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh untuk melengkapi data primer seperti hasil dokumentasi laporan-laporan dan data-data lain yang dianggap penting dalam menjelaskan masalah.

3.5 Teknik Pengumpulan data

3.5.1 Studi Pustaka

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan informasi dan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literature, catatan, serta laporan dan jurnal yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.

3.5.2 studi Lapangan

Penulis mendapatkan data primer dengan beberapa metode berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pencatatan langsung dari data yang ada di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk penelitian yang mempertemukan peneliti dan narasumber untuk bertukar informasi melalui sesi tanya jawab yang berkaitan dengan hal yang di teliti. Jadi, dengan wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-

hal yang berkaitan dengan informasi perusahaan, dan pengetahuan mengenai hal yang akan di teliti

c. Angket Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Metode ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh fasilitas terhadap keputusan wisatawan menginap. Kuesioner yang di dapat adalah kuesioner model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukuran menggunakan skala likert. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 alternatif jawaban, dengan jawaban seperti berikut :

Tabel 3.1
Alternative Jawaban Dengan Skala likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SB	Sangat Baik	5
B	Baik	4
CB	Cukup Baik	3
KB	Kurang Baik	2
TB	Tidak Baik	1

Sumber: dikembangkan untuk penelitian

3.6. Variabel Penelitian dan Konsep Operasional

3.6.1. Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2001) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya. Penelitian ini rediri dari dua variable sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (X)
2. Variabel Terikat (Y)

3.6.2. Konsep Operasional Variabel

Tabel 3.2

Konsep Operasional Variabel

VARIABEL BEBAS		VARIABEL TERIKAT
FASILITAS (X)		KEPUTUSAN MENGINAP (Y)
INDIKATOR	SUB-INDIKATOR	INDIKATOR
1. Perencanaan Spasial	1.Lokasi	1. Complex Decision Making 2. Brand Loyalti 3. Limited Decision Making 4. Initeria
	2.Jalan dan transportasi	
2. Perencanaan ruang	3.Atraksi terdekat	
	4.Lahan parkir	
3. Perlengkapan	5.Amenities	
4.Tata Cahaya	6.Penerangan	
5. Warna	7. Keindahan	
6.Pesan Secara Grafis	8. Petunjuk	

BAB IV

HASIL DPENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Grand Rocky Hotel (GRH) merupakan sebuah perusahaan jasa perhotelan yang terdapat di kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Perusahaan ini merupakan usaha keluarga yang cukup sukses pada saat ini. Sebagai salah satu

usaha Perhotelan Grand Rocky Hotel Bukittinggi tergabung dalam Persatuan Pengusaha Hotel Dan Restoran Indonesia (PHRI), dimana dengan kondisi seperti ini ikut mendukung dalam berkembangnya dunia kepariwisataan dan perhotelan.

4.1.2 Sejarah Sigkat Grand Rocky Hotel Bukittinggi

Sejarah berdirinya Grand Rocky hotel diawali oleh sister hotel Rocky yang ada di Padang – Sumatera Barat yaitu Rocky Plaza Hotel

Tahun 2010 Bpk. H. Syamsudin memulai usaha di kota bukittinggi dengan membeli Lahan dari PT. Bumi Minang yang dinamai PT. Syam Indo Perkasa dengan nama dagang Grand Rocky hotel tepat 8 Maret 2012 GRH resmi dibuka. Hingga saat ini Rocky Plaza Hotel dan Grand Rocky Hotel Bukittinggi menjadi hotel bintang 4 pilihan di Sumatera Barat. Berbagai kendala yang muncul baik besar maupun kecil mampu ditepis dengan baik oleh manajemen.

Dalam menjaga kontinuitas pelaksanaan pekerjaan pelayanan pada Grand Rocky Hotel Bukittinggi maka perlu diadakan penggabungan dan pengaturan orang-orang secara terkoordinir dan teratur dengan harapan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

4.2 Hasil Penelitian

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X)

No	Item Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Lokasi Grand Rocky Hotel Bukittinggi mudah dijangkau	0,752	0,1966	Valid
2	Luas jalan dan transportasi tidak menghambat untuk mencapai	0,774	0,1966	Valid

	Grand Rocky Hotel Bukittinggi			
3	Lokasi Grand Rocky Hotel Bukittinggi dekat dengan daerah wisata Kota Bukittinggi	0,480	0,1966	Valid
4	Lahan parkir yang disediakan memadai	0,582	0,1966	Valid
5	Kamar bersih dan nyaman	0,744	0,1966	Valid
6	Ketersediaan amenitis yang lengkap di dalam kamar	0,694	0,1966	Valid
7	Pencahayaan dan penerangan hotel baik	0,527	0,1966	Valid
8	Perpaduan warna dan interior bangunan memberikan rasa nyaman	0,691	0,1966	Valid
9	Tersedianya penunjuk arah letak fasilitas yang jelas (toilet, kolam renang, restoran)	0,798	0,1966	Valid
10	Terdapat papan penunjuk acara (sign board)	0,674	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa $r_{Hitung} > r_{Table}$. Pengujian validitas dimulai dari pengujian validitas variabel Fasilitas (X) dari 10 butir pertanyaan yang ada, ditemukan semua item pernyataan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y)

No	PERTANYAAN	Nilai r_{Hitung}	Nilai r_{Tabel}	Keterangan
1	Pemilihan menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi karena sesuai dengan kebutuhan.	0,806	0,1966	Valid
2	Grand Rocky Hotel Bukittinggi menjadi Pilihan utama dalam memilih tempat menginap.	0,609	0,1966	Valid
3	Kenyamanan yang di berikan Grand Rocky Hotel Bukittinggi membuat enggan berpindah ke hotel lain.	0,655	0,1966	Valid
4	Harga kamar yang di tawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan.	0,649	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat bahwa $r_{Hitung} > r_{Table}$. Dari hasil uji validitas diperoleh semua nilai korelas masing-masing lebih besar dari nilai korelasi r_{Tabel} atau 0,1966. Dengan demikian semua item pernyataan variabel Keputusan Menginap (Y) dapat digunakan untuk penelitian seterusnya.

4.4.1. Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada nilai *Cut of Value* Sebesar 0,60. (Nunnally, 1967; dalam Ghazali, 2005). Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian

N o	Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Cut of Value	Keterangan
1	Fasilitas	10	0,762	0,60	Reliabel
2	Keputusan Menginap	4	0,766	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas variabel penelitian sebagaimana yang terlihat pada tabel diatas bahwa semua variabel memiliki angka alpha cronbach lebih besar dari 0,60.

4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

1.4.3.1 Uji Multikolonearitas

Multikolonearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. **Tabel 4.10**

Hasil Uji Multikolonearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Fasilitas	1,000	1,000

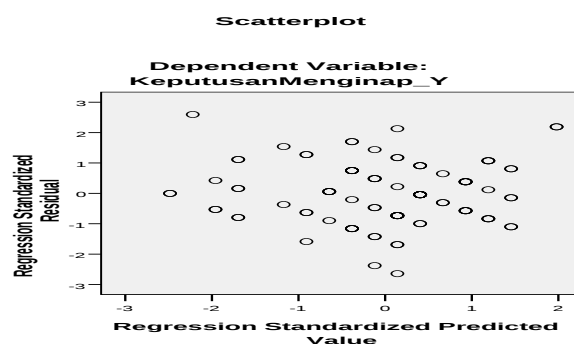
Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa perhitungan hasil analisis data diatas menunjukkan untuk variabel Fasilitas (X) mempunyai nilai tolerance sebesar 1,000 dengan nilai VIF 1,000. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kasus multikolonearitas antara sesama variabel bebas.

1.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas dalam suatu model linier berganda adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terkait yaitu SRESID dan variabel bebasnya ZPRED. Grafik *scatterplot* ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Gambar 4.7
Hasil uji Heteroskedastisitas



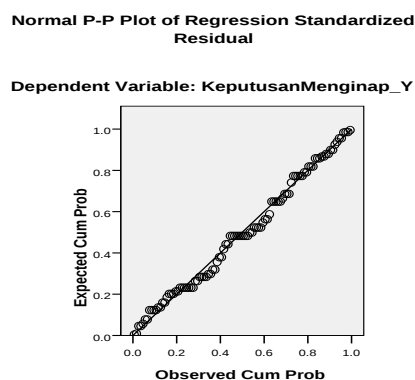
Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Dari gambar diatas, disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

1.4.3.3 Uji Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas data, dengan menggunakan dan melihat grafik jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas :

Gambar 4.8. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Dari gambar Normal P-P Plot Of Regression Standardizes Residual dapat

disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas yang berarti data telah terdistribusi normal.

4.4.3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4,534	1,013		,000
	Fasilitas_X	,277	,028	,711	,000

a. Dependent Variable: KeputusanMenginap_Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel, nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk Unstandardized Coefficients diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + E$$

$$4,534 + 0,227 X_1 + 1,013$$

Dari persamaan tersebut diatas dapat dijelaskan dibawah ini :

Nilai konstanta adalah sebesar 4,534 dan signifikan hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel fasilitas yang mempengaruhi konsumen terhadap menginap maka besar nilai keputusan menginap adalah sebesar 4,534 satuan.

Koefisien X_1 (β) = 0,227, ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X) mempunyai koefisien regresi kearah positif sebesar 0,227. Hal ini berarti bahwa kenaikan sebesar 1 satuan dari variabel fasilitas (X) akan menyebabkan variabel keputusan menginap mengalami kenaikan sebesar 0,227 satuan.

4.4.4. Hasil Uji Hipotesis

4.4.5.1. Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menginap Di Grand Rocky Hotel Bukittinggi. Hipotesis dapat diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel bebas fasilitas terhadap variabel

keputusan menginap. Berdasarkan perhitungan dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan si
Fasilitas	10,007	1,664	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fasilitas (X) terhadap keputusan menginap (Y) Di Grand Rocky Hotel Bukittinggi. Hasil pengolahan data dengan uji t diketahui bahwa nilai hasil uji t dari variabel fasilitas memiliki nilai 10,007 lebih besar dari t_{tabel} 1,664 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha=0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu ($0,000 < 0,05$), dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka, hipotesis dapat diterima.

4.4.5.2. Hasil Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperlihatkan pada table berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	109,957	1	109,957	100,144
	Residual	107,603	98	1,098	
	Total	217,560	99		

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X

b. Dependent Variable: KeputusanMenginap_Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Dari hasil uji F di dapat nilai signifikansi 0,000 dan F hitung 100,144. Ini berarti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel bebas yaitu fasilitas memiliki pengaruh

yang positif dan signifikan terhadap keputusan menginap konsumen Di Grand Rocky Hotel Bukittinggi, karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, sehingga pengujian hipotesa secara bersama-sama dapat diterima.

4.4.5.3. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,711 ^a	,505	,500	1,04785

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X

b. Dependent Variable: KeputusanMenginap_Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS, 2019

Berdasarkan tabel dari hasil uji Koefisien Determinan diperoleh nilai (*R Square*) sebesar 0,505 artinya kontribusi dari variabel fasilitas adalah sebesar 50,5% terhadap keputusan menginap sedangkan sisanya yaitu sebesar 49,5% lagi dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian yang penulis lakukan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap keputusan menginap dilihat dari hasil analisis kuantitatif menggunakan program SPSS 23, dimana hasil t_{hitung} (10,007) lebih besar dari t_{tabel} 1,664. Dalam penelitian ini besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 0,505 yang artinya kontribusi dari variabel fasilitas yaitu sebesar 50,5%, maka terdapat sisa 49,5% lagi faktor-faktor lain dari variabel yang tidak di jelaskan dalam

penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas dapat mempengaruhi keputusan menginap.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Manajemen Hotel

Dari hasil penelitian diketahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap cukup besar, maka diharapkan agar pihak hotel tetap menjaga dan meningkatkan fasilitas untuk dapat menarik lebih banyak lagi tamu. Berdasarkan hasil pembahasan ditemukan keterjangkauan lokasi merupakan faktor yang dominan dari fasilitas hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi pihak hotel agar dapat memperhatikan dan lebih mempromosikan lagi keunggulan ini dan dapat memanfaatkan image kota bukittinggi yang dikenal sebagai kota wisata.

2. Bagi Pemerintah Kota Bukittinggi

Diharapkan bagi pemerintah kota Bukittinggi agar memperhatikan kebijakan tentang bisnis perhotelan, pemberian izin dan situasi politik pemerintahan, karena setiap kebijakan yang diambil pemerintah menyangkut tentang dunia pariwisata dapat mempengaruhi bisnis perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhson. 2010. *Jurnal Teknik Analisis Kuantitatif*.
- Anisah Novia Della Merdasari. 2018. *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Royal Denai Hotel Bukittinggi*. Jurnal Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
- Aulia Ayu Rohayah, Arrum Arinda. 2017. *Makalah Teknik Analisis data Kuantitatif*. Jurnal Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

- Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Bagyono. 2014. *Pariwisata dan Perhotelan*, Bandung: Alfabeta.
- Diana Sari Harahap. 2015 *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan Tamu Pada Hotel Dhaksina Medan*. Jurnal Ilmiah “Dunia Ilmu”
- Gusti Bagus Darma Harikusumawan, Kastawan Mandala. 2017. *Jurnal Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Wisatawan menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Bandung*.
- Keputusan Menparpostel Nomor KM 37/PW. 340/MPRT-86.
- Kotler, P and Gary A. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 13, prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan dan Pengendalian*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 13, prehallindo, Jakarta.
- Lina Miftahul Jannah, Bambang Prasetyo. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Lina Sari Situmeang. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sumatera Utara.
- Pemasaran Pariwisata, Karya Tulis Ilmiah.com.
- Respati Megayu Hapsari. 2011. *Pengaruh fasilitas fisik dan promosi terhadap kepuasan konsumen*
- Sulastiyono, Agus, 2006. “Manajemen Penyelenggaraan Hotel”. Bandung ; Alfabeta
- Syamsul Huda, Arifah Hidayati. 2014. *Jurnal Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kualitas Jasa Hotel Berbintang di Bengkulu*. Jurnal Universitas Prof. Dr. Hazairin SH, Bengkulu.
- Tjiptono, Fandy, 2004, ”Manajemen Jasa”, Andy Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, ”Manajemen Jasa”. Edisi Kedua, Andy Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. ”Service, Quality & Statisfication”, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. ”Strategi Pemasaran”, Andi, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.