# Management Expose

Praktik Manajemen di Bidang Jasa Pariwisata/Hotel, Kehumasan dan Pasar Modal

Volume 11, No. 21 Oktober 2016

## THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETINGON PURCHASE DECISION AND IMPACT ON CUSTOMER RETENTION

Alek Maulana M dan Dimas Dhita

#### DEVELOPMENT OF MOBILE HOTEL SEARCH BASED ON ANDROID

Henkie Ongowarsito, Yuli Eni dan Rizky Megasari

#### PENGARUH HARGA DAN FASILITAS FISIK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA SOFYAN INN TEBET

Napratila Eka Putri, Levyda dan Susy Bhudiharty

#### POTENTIAL IMPLICATIONS OF THE TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP FOR INDONESIA

Rumondang Puji Nur Suci

# ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TO BRAND EQUITY AND IMPACT ON CUSTOMER EQUITY

(STUDI KASUS: PT PUTRA KARYA NUGRAHA, BSD CITY)

Arbi Siti Rabiah H.M dan Ardy Setya Nugraha

#### ANALISIS LOYALITAS PENGGUNA FACEBOOK DI INDONESIA

Indry Aristianto Pradipta, Aileen Pradina dan Willy Gunadi

## ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UNTUK TERUS MEMILIH FILM ORIGINAL DARIPADA FILM BAJAKAN

Martinus Fieser Sitinjak, Freddy Simbolon dan Andreas Chang

#### PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN BERBASIS MASYARAKAT LOKAL DI PANEUPAAN (PUSAT KERAJINAN KUJANG) KUJANG PAJAJARAN, BOGOR, JAWA BARAT

Yopy Maulana

#### ANALISA PENGARUH ADVERTISING DAN BRAND PERCEPTION DIANTARA POST IT, STIKII DAN PRONTO (PRODUK KERTAS TEMPEL) TERHADAP CUSTOMER BUYING DECISION

Christian Lambey, Aryo Bismo, Dan Joel Natalie Rachel

# THE IMPACTS OF COUNTRY OF ORIGIN IMAGE TO LOCAL AND FOREIGN BANK'S BRAND EQUITY IN INDONESIA

Aryo Bismo dan Eka Putri Susanti

Management	Volume 11	No. 21	Hal. 1 -73	Jakarta	ISSN 1410-8631
Expose	Volume 11	140. 21	11al. 1 -/3	Oktober 2016	15514 1410-0051

Management Expose

### Jurnal Kajian Teoritis dan Praktik Manajemen Di Bidang Jasa Pariwisata/Hotel, Kehumasan dan Pasar Modal

ISSN 1410-8631

Management Expose terbitdua kali setahun pada bulan Maret dan Oktober, memuat artikel hasil penelitian dan hasil penelitian di bidang Manajemen Jasa Pariwisata, Pasar Modal dan Komunikasi.

> KetuaPenyunting Kholil

Wakil KetuaPenyunting Syahfirin Abdullah

Penelaah Ahli

Harsono Suwardi (Universitas Indonesia) Martani Huseini (Universitas Indonesia) Adler Manurung (Universitas Indonesia) Iftikar Sutalaksana (InstitutTeknologi Bandung) Sutyastie Soemitro Remi (UniversitasPadjadjaran) Alloy Kiek Ro (UniversitasSahid Jakarta) H. Hafied Cangara (Universitas Hasanudin) Levyda (UniversitasSahid Jakarta)

> Pelaksana Tata Usaha Fadhil Hendra Eko Hari Saksono

Edi Junaedi YulikaMorayaHarahap

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

SahidSudirman Residence, Lt. 5. Jl. JenderalSudirman No. 86, Jakarta 10220.

Phone: (021) 29022721/724 ext. 107 Fax: (021) 29022744

e-mail: pascausa@cbn.net.id Langganan setahun (2 nomor) Rp. 100.000,- uang langganan dikirim ke alamat Tata Usaha atau ditransfer ke rekening Bank Mandiri No. 124.0.098.045.793

Manajemen Jasa diterbitkan oleh Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Direktur : Prof.Dr.Ir.Kholil, M.Kom. Terbit pertama kali pada bulan November 1998 dengan nama Management

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah dimuat dalam media cetak lain. Syaratsyarat, format dan data tulisannya dapat diperiksa pada petunjuk bagi penulisan Manajemen Jasa di sampul belakang dalam jurnal ini. Naskah yang masuk ditelaah oleh peneliti ahli atau mitra bestari untuk dinilai kelayakannya. Penyunting melakukan penyuntingan atas tulisan yang dimuat.

Di cetak di PT. TemaBaru. Isi di luar tanggungjawab percetakan.

### Prakata

Management Expose adalah publikasi ilmiah di bidang manajemen dalam arti luas, dan aplikasinya dalam bidang keuangan, pasar modal dan pemasaran, serta ilmu komunikasi maupun bidang-bidang relevan lainnya. Artikel pertama membahas tentang The Influence Of Digital Marketingon Purchase Decisionand Impact On Customer Retention, sedangkan artikel yang kedua membahas tentang Development Of Mobile Hotel Search Based On Android, serta artikel yang ketiga membahas tentang Pengaruh Harga Dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Menginap pada Sofyan Inn Tebet. Management Expose merupakan wadah informasi untuk memperluas horizon dan memperkuat pemahaman hasil-hasil penelitian maupun ulasan ilmiah berbagai kalangan yang menekuni dan mengembangkan manajemen, serta ilmukomunikasi. Pada edisi ini, kami menyajikan berbagai artikel yang juga mengulas Potential Implications Of The Trans-Pacific Partnership for Indonesia, Analysis Of The Influence Of Customer Relationship Management To Brand Equity and Impact On Customer Equity (Studi Kasus: PT. Putra Karya Nugraha, BSD City), Analisis Loyalitas Penggunafacebook Di Indonesia, Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Terus Memilih Film Original daripada Film Bajakan, Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat Lokal Di Paneupaan (Pusat Kerajinan Kujang) Kujang Pajajaran, Bogor, Jawa Barat, Analisa Pengaruh Advertising, Brand Perception Diantara Post It, Stikii Dan Pronto (Produk Kertas Tempel) Terhadap Customer Buying Decision dan The Impacts Of Country Of Origin Image To Local And Foreign Bank's Brand Equity In Indonesia.

Isu yang dikemukakan pada kesempatan ini menekankan pada masalah Pengaruh Harga dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Menginap pada Sofyan Inn Tebet, yaitu pengembangan bisnis pada pemasaran produk pariwisata serta pengembangan saluran distribusi terhadap suatu perusahaan. Semuanya dilihat dari sudut pandang persepsi dan apresiasi masyarakat terhadap suatu produk, sehingga didapat strategi pengembangan bisnis yang lebih besar lagi.

Management Expose yang diterbitkan oleh Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta akan terbit secara teratur dalam bentuk edisi regular dan edisi spesial. Dalam hal ini redaksi menerima kiriman artikel dari kalangan dalam dan luar Sekolah Pascasarjana UniversitasSahid Jakarta sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan (lihat pedoman penulisan artikel).

Penyunting

#### **DAFTAR ISI**

Prakata	Halaman i
Daftar Isi	ii
The Influence Of Digital Marketingon Purchase Decision and Impact On Customer Retention  Alek Maulana M. dan Dimas Dhita	1 - 7
Development of Mobile Hotel Search Based On Android Henkie Ongowarsito, Yuli Eni dan Rizky Megasari	8 - 11
Pengaruh Harga dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Menginap pada Sofyan Inn Tebet Napratila Eka Putri, Levyda dan Susy Bhudiharty	12-17
Potential Implications Of The Trans-Pacific Partnership For Indonesia Rumondang Puji Nur Suci	18 - 22
Analysis Of The Influence Of Customer Relationship Management to Brand Equity and Impact On Customer Equity (Studi Kasus: PT Putra Karya Nugraha, BSD City)  Arbi Siti Rabiah H.M dan Ardy Setya Nugraha	23 - 38
Analisis Loyalitas Pengguna Facebook Di Indonesia Indry Aristianto Pradipta, Aileen Pradina dan Willy Gunadi	39 - 50
Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan untuk Terus Memilih Film Original daripada Film Bajakan  Martinus Fieser Sitinjak, Freddy Simbolon dan Andreas Chang	51 - 59
Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat Lokal Di Paneupaan (Pusat Kerajinan Kujang) Kujang Pajajaran, Bogor, Jawa Barat Yopy Maulana	60 - 65
Analisa Pengaruh Advertising Dan Brand Perception Diantara Post It, Stikii dan Pronto (Produk Kertas Tempel) Terhadap Customer Buying Decision Christian Lambey, Aryo Bismo, Dan Joel Natalie Rachel	66 - 73
The Impacts Of Country Of Origin Image To Local And Foreign Bank's Brand Equity In Indonesia  Aryo Bismo dan Eka Putri Susanti	74 - 81

# PENGARUH HARGA DAN FASILITAS FISIK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA SOFYAN INN TEBET

Napratila Eka Putri, Levyda dan Susy Bhudiharty Fakultas Ekonomi, Universitas Sahid, Jakarta

#### **ABSTRAK**

This research aimed to know the effect of price and facilities through decision to stay. The grand theory are about price, fasilities, and decision to stay. Research method is multiple regression linear, product moment, t test and f test. Respondent of this research are 87 person with purposive technique sampling. The result of the research showed that proce and facilities in partial and simultant.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas Fisik, Keputusan Menginap

#### PENDAHULUAN

kepariwisataan Perkembangan Indonesia semakin pesat, yang diikuti dengan perkembangan usaha-usaha industri pariwisata. Salah satunya adalah penyedia akomodasi. usaha akomodasi adalah Penyedia penginapan pelayanan menyediakan dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyedia akomodasi dapat berupa hotel, villa, pondok wisata, perkemahan dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan wisata.

Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Usaha perhotelan kini telah telah berkembang menjadi industri yang handal dan menjadi salah satu penopang utama dalam pembangunan pariwisata di Negara ini.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel dan restoran, suasana yang tercipta didalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Tingkat persaingan yang tinggi di bidang jasa perhotelan menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan. Sehingga menuntut pihak hotel untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap serta menerapkan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah tamu yang menginap.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tamu menginap adalah yaitu harga. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan dari suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di peroleh

perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang ataupun jasa.

Ada faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap keputusan dari seorang konsumen dalam menginap di suatu hotel, antara lain yaitu fasilitas fisik. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan fungsi dan memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan aktivitas. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang sangat kritis dalam membelanjakan uang mereka untuk memilih sebuah produk atau jasa. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Apabila suatu perusahaan memberikan fasilitas yang semakin lengkap, konsumen akan semakin puas dan akhirnya memilih hotel tersebut sebagai prioritas utama.

Harga sangat berkaitan dengan fasilitas yang disediakan. Seorang konsumen tidak akan membayar lebih jika fasilitas yang dia dapatkan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkannya. Perusahaan yang menetapkan harganya terlalu tinggi dengan fasilitas yang buruk, akan menyebabkan minat dari konsumen untuk menginap menurun. Sedangkan apabila perusahaan menetapkan harga yang terlalu rendah dengan fasilitas yang baik, akan mengurangi keuntungan yang dapat di peroleh oleh perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu penetapan harga dan fasilitas yang di sediakan harus seimbang.

Persaingan di bidang jasa perhotelan, khususnya di sekitar Sofyan Inn Tebet yang ketat memiliki pengaruh yang besar terhadap penurunan penjualan kamar. Fluktuasi penjualan kamar yang memiliki kecenderungan menurun mendorong perusahaan untuk semakin meningkatkan performa perusahaan agar hal-hal yang mempengaruhi penurunan tersebut dapat di identifikasi untuk kemudian diterapkan sebagai strategi yang tepat untuk dapat mengatasinya dengan berusaha meningkatkan fasilitas dan memperbaiki harga yang berorientasi kepada pelanggan agar dapat bersaing secara sehat dengan yang lainnya.

#### TELAAH LITERATUR Harga

Menurut Hasan (2009:298).Harga merupakan bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin, 2008:95).

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:529-536) mengidentifikasikan empat definisi nilai berdasarkan prespektif pelanggan yang berimplikasi pada alternatif strategi penetapan harga jasa.

1. Nilai adalah harga murah.

Sebagian pelanggan menyamakan nilai dengan harga murah. Bagi mereka, uang yang dikeluarkan untuk membeli jasa tertentu merupakan faktor terpenting dalam presepsi mereka terhadap nilai jasa bersangkutan. Dengan kata lain, semakin murah harga suatu jasa semakin besar nilainya.

2. Nilai adalah segala sesuatu yang saya inginkan dari suatu produk atau jasa.

Sebagian pelanggan menekankan aspek manfaat yang diterima dari suatu produk atau jasa sebagai komponen nilai yang paling penting. Dalam definisi ini, harga kalah penting dibandingkan kualitas atau fitur yang bisa memenuhi keinginan pelanggan.

Nilai adalah kualitas yang saya dapatkan dari harga yang saya bayarkan.

Definisi ini mempresepsikan nilai sebagai trade-off antara uang yang dikeluarkan dan kualitas yang diterima.

4. Nilai adalah semua yang saya dapatkan dari semua yang saya berikan.

Prespektif ini memperhitungkan semua bentuk manfaat yang diterima dan semua komponen

pengorbanan (uang, waktu, tenaga) sewaktu mempresepsikan nilai atau jasa.

#### Fasilitas Fisik

Menurut Sulastiyono (2011:28), fasilitas adalah penyedia pelengkap-pelengkap fisik untuk memberikan kemudahan kepada tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatankegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel. Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan suatu penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apa yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Lupoyadi, 2013:120).

Menurut Rumekso (2008:2) Fasilitas dalam suatu hotel berdasarkan lokasi terbagi menjadi area publik dan kamar. Area publik adalah tempattempat yang sering dikunjungi dan dipergunakan oleh para tamu, baik tamu yang menginap maupun tidak menginap. Area publik meliputi area yang ada di luar gedung meliputi area parkir, kolam renang, lapangan tenis dan kamar kecil untuk umum. Sedangkan area yang ada di dalam gedung meliputi Lobby area, Food and Beverage Outlet, koridor, tempat kerja karyawan, toilet, dan taman.

Keputusan Menginap

Menurut Kotler dan Keller (2009:161) Keputusan konsumen yaitu perhatian, kesukaan atau keinginan untuk menginap di hotel yang kemudian dilaksanakan. Keputusan pembelian adalah pada tahap evaluasi, konsumen menyusun merek-merek dalam himpunan pilihan serta membentuk nilai pembelian.

Keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen didalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk. Keputusan konsumen yang dilakukan dalam usaha perhotelan adalah keputusan seseorang untuk menginap di hotel tersebut.

#### Kerangka Penelitian

Gambar 3. Kerangaka Berpikir Teoritis HI.H3 Harga  $(X_1)$ H2, H3 Keputusan Menginap Fasilitas Fisik (Y)  $(X_2)$ 

#### Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran maka hipotesis pada penelitian adalah:

H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Menginap

H<sub>2</sub>: Fasilitas fisik berpengaruh positif terhadap Keputusan Menginap

H<sub>3</sub>:Harga dan Fasilitas fisik berpengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Menginap

#### METODE PENELITIAN

#### Populasi dan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebanyak 87.

#### Metode Analisis

#### 1. Uji Korelasi Produk Moment

Korelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara terpisah maupun bersama-sama. Untuk dapat memberi interpretasi seperti tabel berikut yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010:183).

#### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Harga  $(X_1)$  dan Fasilitas  $(X_2)$  terhadap Keputusan Menginap (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

#### Keterangan:

Y = Keputusan Menginap

a = konstanta

 $b_1,b_2$  = koefisien regresi

 $X_1 = Harga$ 

X<sub>2</sub> = Fasilitas Fisik

Berdasarkan hasil dari model analisis yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat digunakan sebagai dasar dalam menganalisa untuk membuktikan hipotesis-hipotesis yang diajukan.

#### 3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisa koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen. Hasil analisis koefiseian determinasi dapat dilihat pada output Modeel Summary dari hasil analisis regresi linier berganda (Priyanto, 2011:251).

#### 4. Uji Hipotesis

Uji t adalah suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang konstan. Uji f digunakan untuk menguji hipotesis penelitian (secara simultan) yaitu ada atau tidaknya pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (Sugiyono, 2010:219).

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Hasil Uji Korelasi Produk Moment

Tabel 1. Hubungan Harga dan Fasilitas dengan Keputusan Menginap

#### Correlations

		Harga	Fasilitas	Keputusan Menginap
Harga	Pearson Correlation	1	.068	.444**
	Sig. (1-tailed)		.266	.000
	N	87	87	87
Fasilitas	Pearson Correlation	.068	1	.619**
	Sig. (1-tailed)	.266		.000
	N	87	87	87
Keputusan Menginap	Pearson Correlation	.444**	.619**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	
	N	87	87	87

<sup>\*\*.</sup> Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2015

Berdasarkan tabel 1. di atas dapat diperoleh nilai r hitung untuk variabel harga (X1) dengan keputusan menginap (Y) sebesar 0,444 dengan nilai sig. 0,000. Hal itu berarti tingkat hubungan antara harga dengan keputusan menginap adalah sedang atau signifikan. Sedangkan untuk nilai r hitung untuk

variabel fasilitas fisik (X2) dengan keputusan menginap (Y) sebesar 0,619 dengan nilai sig. 0,000. Hal itu berarti tingkat hubungan antara fasilitas dengan keputusan menginap adalah kuat atau signifikan.

#### Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda

#### Coefficients a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	4.059	2.368		1.715	.090
	Harga	.657	.120	.404	5.478	.000
	Fasilitas	.593	.074	.591	8.023	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2015

Berdasarkan tabel 2. di atas menggambarkan persamaan regresi. Pada kolom *unstandarized* coefficients di dapat persamaan regresi:

 $Y = 4,059 + 0,657 X_1 + 0,593 X_2$ 

Dengan koefisien konstanta bernilai 4,059 menunjukan bahwa jika X (harga dan fasilitas fisik) konstan atau X = 0, maka keputusan menginap sebesar 4,059. Sedangakan koefisien regresi harga

 $(b_1) = 0,657$  menunjukan bahwa setiap perubahan satu variabel harga, akan menambah keputusan menginap tamu sebesar 0,593. Selain itu, koefisien regresi fasilitas fisik  $(b_2) = 0,593$  menunjukan bahwa setiap perubahan satu variabel fasilitas fisik, akan menambah keputusan menginap tamu sebesar 0,593.

#### Koefisien Determinasi

#### **Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.535	1.644

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

Pada tabel di atas terlihat bahwa angka R 0,739, maka hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen adalah positif dan kuat. Selanjutnya dilihat pada R Square yaitu 0,546,

menunjukan bahwa harga dan fasilitas dengan variabel keputusan menginap sebesar 54,6% dan sisanya 45,4% di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

#### Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 3. Hasil Uji T

Variabel Bebas	t hitung	Signifikansi
Harga	5,478	0,000
Fasilitas Fisik	8,023	0.000

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2015

Berdasarkan tabel 3. dapat dijelaskan bahwa hasil dari variabel harga  $(X_1)$  yaitu nilai t hitung sebesar 5,478 dan untuk nilai t tabel dari hasil df=n-k=87-3=84 sebesar 1,663. Sehingga untuk nilai t hitung 5,478 > nilai t tabel 1,663 maka, variabel harga berpengaruh positif. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan. Maka dalam pengujian ini hipotesis pertama (H1) di terima.

Sedangkan untuk variabel fasilitas fisik ( $X_2$ ). nilai t hitung sebesar 8,023 dan untuk nilai t tabel dari hasil df=n-k=87-3=84 sebesar 1,663. Dengan begitu bahwa untuk nilai t hitung 8,023 > nilai t table 1,663 maka, variabel fasilitas fisik

berpengaruh positif. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas fisik berpengaruh positif dan signifikan. Maka dalam pengujian ini hipotesis pertama (H2) di terima.

Dengan demikian berdasarkan uji t (uji parsial) di atas, variabel fasilitas fisik (X<sub>2</sub>) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menginap.

#### Hasil Uji f (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, diperoleh hasil berikut ini:

ANOVA b

Model	isa madas das	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regres	Regression	272.660	2	136,330	50,414	.000ª
	Residual	227.156	84	2,704		
	Total	499.816	86	Carama data	B 10 10 1	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Berdasarkan uji anova atau uji f output SPSS, terlihat bahwa diperoleh f hitung sebesar 50,414 dan probabilitas sebesar 0,000 dan df1=k-1= 3-1=2 dan df2=n-k=87-3=84, di dapat dari tabel F maka nilai f tabel sebesar 3,11 dengan nilai f hitung sebesar 50,414 > 3,11 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu harga dan fasilitas fisik dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan menginap. Sehingga model regresi yang didapat layak digunakan untuk memprediksi. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan harga dan fasilitas fisik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet dengan besarnya pengaruh 54,6%.

Bentuk pengaruh harga dan fasilitas fisik terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Sofyan Inn Tebet dapat dibuktikan juga oleh uji analisis regresi dengan persamaan yang bertanda positif, hal ini menunjukan bahwa pengaruh antara harga dan fasilitas fisik terhadap keputusan menginap adalah pengaruh positif dengan demikian dapat dijelaskan jika pengaruh harga dan fasilitas fisik terhadap keputusan menginap konsumen di Sofyan Inn Tebet ditingkatkan masing-masing 1 unit skor secara bersama-sama maka akan diikuti meningkatnya keputusan menginap dan sebaliknya jika variabel harga dan fasilitas fisik mengalami penurunan secara bersama-sama masing-masing 1 unit skor maka akan diikuti dengan menurunnya keputusan menginap konsumen di Sofyan Inn Tebet.

Secara parsial harga dan fasilitas fisik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet. Hasil penelitian menunjukan t hitung pada variabel harga sebesar 5,478 dengan signifikansi 0,000 atau probabilitas dibawah 0,05, sedangkan untuk hasil deskriptif terungkap bahwa rata-rata penilaian responden sebesar 3,49 yang artinya penilaian tentang harga yang ditawarkan oleh Sofyan Inn Tebet responden setuju. Harga yang diberikan sudah baik namun manajemen harus masih perlu memperbaiki dan menyesuaikan dengan manfaat dan kualitas yang akan diberikan kepada tamu. Hal ini seperti yang dikatakan menurut Hasan (2009:298) Harga merupakan bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Hal ini menunjukan bahwa dengan adanya teori tesebut menegaskan bahwa dengan harga yang akan dikeluarkan oleh tamu, mereka ingin mendapatkan yang sesuai dengan apa yang mereka keluarkan dari segi manfaat, kualitas maupun hal lainnya.

Hasil perhitungan variabel fasilitas fisik secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menginap konsumen dengan t hitung yaitu sebesar 8,023 dan signifikan 0,000 atau probabilitas dibawah 0,05, sedangkan rata-rata penilaian responden adalah sebesar 3,79 berarti fasilitas fisik yang disediakan Sofyan Inn tebet sudah baik. Fasilitas fisik memberikan pengaruh yang besar karena menurut tamu sebagian besar fasilitas yang disediakan dirasakan dari kebersihan dan kerapihan kamar, kebersihan area restoran, kebersihan mushola, keamanan tempat parkir namun masih kurang dari kenyamanan area lobby dan juga dalam pengaksesan internet yang dirasakan oleh tamu.

Seperti yang dikemukakan Lovelock (2011:4) bahwa kondisi fisik lingkungan layanan memainkan peranan besar membentuk presepsi pelanggan akan citra dan positioning perusahaan. Lingkungan layanan yang dirancang baik membuat pelanggan merasa nyaman menambah kepuasan mereka memungkinkan perusahaan untuk mempengaruhi perilaku pelanggan. Dari pernyataan tersebut manajemen harus lebih memperhatikan fasilitasfasilitas yang disediakan agar sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh tamu.

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa harga dan fasilitas fisik mempengaruhi keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet, dengan kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Secara parsial variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet.
- Secara parsial variabel fasilitas fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet
- 3. Hasil yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan secara simultan variabel harga dan fasilitas fisik sama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Sofyan Inn Tebet dengan pengaruh sebesar 54,6% dan sisanya 45,4% di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelian ini dan variabel fasilitas fisik mempunyai pengaruh yang lebih besar dibanding harga.
- 4. Hasil analisis regresi berganda, diperoleh persamaan Y = 4,059 + 0,657 X<sub>1</sub> + 0,593 X<sub>2</sub> dimana koefisien regresi harga (b<sub>1</sub>) = 0,657 menunjukan bahwa setiap perubahan satu variabel harga, akan menambah keputusan menginap tamu sebesar 0,593. Selain itu, koefisien regresi fasilitas fisik (b<sub>2</sub>) = 0,593 menunjukan bahwa setiap perubahan satu

variabel fasilitas fisik, akan menambah keputusan menginap tamu sebesar 0,593.

Saran

- Dalam pemberian harga, Sofyan Inn Tebet dalam menetapkan harganya sudah terjangkau, namun alangkah baiknya selain harga yang terjangkau perlu diperhatikan juga manfaat dan kualitas yang akan dirasakan dari apa yang telah dikeluarkan oleh tamu yaitu dengan menyesuaikan fasilitas yang disediakan juga dalam hal kebersihannya, kecepatan dalam melayani dan variasi menu makanan yang ditawarkan.
- Pihak Sofyan Inn Tebet perlu memperhatikan pada area lobby yang dirasa masih kurang untuk tempat menunggu disaat keadaan tertentu seperti hotel dalam kondisi ramai. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya fungsi ganda pada area restoran sebagai tempat menunggu untuk tamu.
- Pada fasilitas yang disediakan di Sofyan Inn Tebet sudah mempunyai rata-rata penilaian yang baik tetapi perlu diperhatikan dari segi fasilitas internetnya karena dalam pengaksesannya yang masih sulit dan disarankan untuk menambah kecepatan jaringannya.
- Bagi penelitian selanjutnya, diharap penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan pada saat melakukan penelitian lebih lanjut dan menambah atau menggunakan

variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Hasan, M. Iqbal. 2008. *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lupoyadi, Rambat. 2013. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Lovelock, Christopher dan Wirtz, Jochen dkk. 2011. *Pemasaran Jasa-Manusia, Teknologi, Strategi Prespektif Indonesia*. Edisi 7, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Priyanto, Duwi. 2011. *Buku Saku SPSS*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Mediakom. Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta. Rumekso. 2008. *Housekeeping Hotel*. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Zeithaml, Valarie A. dan Bitner, Mary Jo dkk. 2009. Service Marketing-Integrating Customer Focus Across the Firm. Edisi 5. Singapore: McGraw Hill.