

Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap

Indra Muttaqin dan Titis Shinta Dhewi

Universitas Negeri Malang
E-mail: indrabanliue@gmail.com
titisshinta.dhewi79@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research to find out (1) facilities, location, and the decision to stay in Hotel Pelangi Dua Malang, (2) the influences of facilities toward decision to stay in Hotel Pelangi Dua Malang, (3) the influences of location to stay in Hotel Pelangi Dua Malang. The results of research: (1) the influences of facilities toward decision to stay in Hotel Pelangi Dua Malang, (2) the influences of location to stay in Hotel Pelangi Dua Malang.*

Keywords: *facilities, location, decision to stay*

Abstract: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) kondisi fasilitas, lokasi, dan keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang, (2) pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang, (3) pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang. Hasil penelitian adalah: (1) fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang, (2) lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang.

Kata kunci: fasilitas, lokasi, keputusan menginap

Perkembangan bisnis saat ini semakin hari semakin kompleks. Hampir setiap hari kita terlibat dengan kegiatan bisnis seperti pembelian barang atau jasa. Berbagai macam kebutuhan hidup mulai dari kebutuhan fisik maupun psikologis harus kita penuhi setiap harinya. Di zaman globalisasi seperti ini persaingan bisnis harus transparan dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, disamping mereka juga harus berlomba dengan pesaing untuk mempertahankan citra terhadap konsumennya. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml et al., 2006). Pada industri layanan jasa pelayanan menjadi poin utama sebagai kekuatan dari eksisnya sebuah perusahaan dalam bersaing.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka agar para tamu puas terhadap fasilitas yang diberikan. Dalam persaingan bisnis, fasilitas merupakan hal yang paling penting bagi per-

usahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama.

Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2006), persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Selain itu, faktor lokasi hotel sangat berpengaruh pada pemilihan tempat menginap di hotel oleh para konsumen. Lokasi merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam industri jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005:43). Karena itu pihak manajemen hotel dapat

mengembangkan strategi berdasarkan lokasi agar mampu mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih hotel tertentu menjadi tempat mereka menginap. Selain itu, kemampuan untuk memperoleh dan mempertahankan lokasi dapat menjadi rintangan yang efektif bagi pesaing dalam membangun rintangan ke pasar. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik hotel tersebut.

Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis lebih mempermudah konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan hotel. Penyedia jasa hotel harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang

METODE

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan atau *explanatory research*. *Explanatory research* yaitu penelitian yang melakukan pengumpulan data sedemikian rupa untuk menjelaskan hubungan sebab akibat (*kausal*) antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis sehingga memungkinkan diperoleh suatu kesimpulan. Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antar variabel fasilitas, lokasi, dan keputusan menginap.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Hotel Pelangi Dua Malang periode Januari-Desember 2014 yang berjumlah 1.877 orang.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna Hotel Pelangi Dua Malang yang sudah pernah menginap sebelumnya. Penelitian ini akan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Rumus untuk penentuan sampel adalah dengan menggunakan rumus dari Cochran (1977).

Berdasarkan tabel penentuan sampel dengan alpha 0.05 maka sampel minimal yang harus dipenuhi sebesar 112 orang.

Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian kerangka konseptual penelitian dan hipotesis, maka analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel fasilitas dan lokasi secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap keputusan menginap di Hotel Pelangi Dua Malang. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda selengkap-lengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Simpangan Baku	t-hitung	Tingkat Signifikan
Fasilitas (X1)	0,557	0,057	9,770	0,000
Lokasi (X2)	0,218	0,084	2,599	0,011
Konstanta : 5,871				
Adjust R Square	:	Determinasi	:	0,520
R	:	R	:	0,721
Multiple R F-hitung	Multiple		:	58,964

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *standardized* adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,871 + 0,557 (X_1) + 0,218 (X_2) + \epsilon$$

Dari hasil di atas di peroleh nilai konstanta sebesar 5,871, hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel fasilitas(X₁) dan lokasi (X₂) konstanta/ tetap, maka pengguna jasa Hotel akan melakukan keputusan menginap di Hotel Pelangi Dua Malang. Fasilitas memberikan pengaruh koefisien regresi positif sebesar 0,557 terhadap keputusan menginap, dan lokasi memberikan pengaruh koefisien regresi positif sebesar 0,218 terhadap keputusan menginap.

Berdasarkan rekapitulasi hasil analisis regresi berganda dari masing-masing variabel yaitu fasilitas (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menginap (Y), ternyata memiliki multiple R (korelasi berganda) sebesar 0,721 dan mempunyai pengaruh dengan koefisien deter-minasi 0,520, artinya kontribusi fasilitas (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan menginap (Y) sebesar 52% sedangkan sisanya 48% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan pengujian secara parsial digunakan uji t. Adapun hasil uji t untuk variabel fasilitas (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 9,770 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap. Sedangkan hasil uji t untuk variabel lokasi (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,599 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Menginap

Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Pelangi Dua Malang. Dikatakan demikian karena variabel fasilitas juga akan mampu mendorong keputusan menginap konsumen, selain itu pada dasarnya alasan seseorang menginap di hotel adalah untuk beristirahat, kamar yang bersih dan nyaman akan membuat seorang tamu merasa kerasan dan nyaman dalam beristirahat.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2006) yang menyatakan bahwa persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Semakin baik kualitas jasa di mata konsumen, maka akan semakin besar kecenderungan konsumen tersebut untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Pristanto, dkk (2012), Sulistiono (2010), dan Parawansyah (2014) yang menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa fasilitas yang baik akan dapat

membentuk persepsi di mata pelanggan. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan.

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menginap

Variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Pelangi Dua Malang. Dikatakan demikian karena variabel lokasi juga akan mampu mendorong keputusan menginap konsumen, karena dengan lokasi yang mudah dijangkau akan memudahkan seseorang untuk melakukan mobilitas dari dan menuju ke hotel.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zimerrer (2002:350), menyatakan bahwa memilih lokasi dekat dengan pelanggan perlu untuk mempertahankan daya saing. Hal tersebut karena keputusan pembelian menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Dimana dalam hal ini, lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah hotel akan lebih sukses dibandingkan hotel lainnya yang berlokasi kurang strategis (Berman dan Evans, 2001).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Widowati (2011), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi untuk berbisnis harus dilakukan secara hati-hati. Meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis, tetapi faktor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis.

PENUTUP

Kesimpulan

Bertolak dari temuan penelitian dan pembahasan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, seluruh hipotesis diterima atau terbukti. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang. Dan hal ini berarti jika semakin baik dan lengkap fasilitas

hotel, maka keputusan menginap konsumen dalam memilih jasa perhotelan akan meningkat.

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pengguna jasa Hotel Pelangi Dua Malang. Dan hal ini berarti jika lokasi semakin strategis, maka keputusan menginap konsumen dalam memilih jasa per-hotelan akan meningkat.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka saran/rekomendasi yang diajukan dirumuskan sebagai berikut:

Fasilitas Hotel Pelangi Dua Malang sudah cukup memadai, akan tetapi untuk fasilitas keluarga agar dapat lebih ditingkatkan dengan memberikan fasilitas Spa, Fitness dan kolam renang.

kepada tamu agar pengguna Hotel Pelangi Dua Malang merasa lebih nyaman dan bisa menikmati suasana bersama keluarga;

Lokasi Hotel Pelangi Dua Malang sudah strategis dan tidak dapat dipindahkan, sebaiknya menyediakan antar jemput dari stasiun, terminal ke Hotel Pelangi Dua Malang dan rute sebaliknya. Hal ini dimaksudkan untuk mendekatkan konsumen-konsumen yang berasal dari luar kota agar lebih dekat dengan Hotel Pelangi Dua Malang melalui penjemputan tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Berman, B., & Evans, J.R. 2001. *Retail Management: a strategic approach* (8th eds.) Upper saddle River: Prentice Hall International, Inc
- Cochran, W.G. 1977. *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Parawansyah, A.S. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Tree Di Makassar*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Pristanto, Y., Wahyuni, S., & Handini, Y.D. 2012. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap pada Hotel Bintang Mulia Jember*. Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa. Vol. 1, No. 1. Hal. 1-6
- Santoso, A., & Widowati, S.Y. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. Vol. 13, No. 2. Hal: 179-190.
- Sulistiono, A.B. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronol Indah Semarang)*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publising
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. 2006. *Service marketing: Integrating customer focus across the firm* (4th ed.). New York: McGraw Hill/Irwin
- Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall.

Diharapkan bagi manajemen Hotel Pelangi Dua Malang agar dapat melakukan perbaikan dan peningkatan fasilitas yang akan ditawarkan