

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP PADA HOTEL FAMILIA BANJARMASIN

Rusdiati¹, Husnurrofiq², Muhammad Hadini³

**Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan MAB**

dyatie.rusdiati@gmail.com/081254665197

ABSTRAK

Hasil penelitian ini menunjukkan : (1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin, (2) lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin dan (3) kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin, hal ini mengidentifikasi bahwa karyawan Hotel Familia Banjarmasin sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen dan lokasi Hotel Familia Banjarmasin sudah cukup bagus, sehingga banyak konsumen yang merasa bahwa Hotel Familia sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Familia berdasarkan penelitian ini diketahui sebesar 72%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Menginap

ABSTRAK

Rusdiati¹, Husnurrofiq², Muhammad Hadini³

**Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan MAB**

The results showed : (1) service quality influences consumer decisions to stay at Familia Hotel, (2) location influences consumer decisions to stay at Familia Hotel and (3) service quality and location influence consumer decisions to stay at Familia Hotel, this indicates that the Familia Hotel Banjarmasin employees have provided the best quality service to consumers and the location of the Familia Hotel is good enough, so that many consumers feel Familia Hotel fits their needs. The effect of service quality and location on consumer decisions staying at the Familia Hotel based on this study is known to be 72%.

Keywords: Service Quality, Location and Stay Decision

1. Latar Belakang

Industri jasa perhotelan di Banjarmasin sekarang ini sedang mengalami fase pasang surut, hal ini mengisyaratkan bahwa saat ini industri jasa perhotelan sedang dalam keadaan tidak stabil. Salah satu penyebab keadaan ini adalah tingginya tingkat pertumbuhan bisnis perhotelan yang ada di kota Banjarmasin yang tidak diimbangi dengan jumlah konsumen yang ada, sehingga menyebabkan terjadinya perang tarif yang sangat ketat oleh para pelaku industri jasa perhotelan. Setiap hotel berusaha menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka dengan melakukan berbagai macam promosi. Tetapi, selain harga dan promosi ada hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk menginap di suatu hotel, yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu hotel dan lokasi di mana hotel itu terletak.

Pengertian kualitas pelayanan, menurut Fandy Tjiptono (2012:157) dalam skripsi Soni Okta Feri yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel Karmila Bandung (2018), dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan expektasi pelanggan.

Kemudian pengertian Lokasi, menurut Tjiptono (2015:345), dalam skripsi Reginald Akbar Pratama yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Eatboss Cafe Cabang Lengkong (2018), merupakan hal mendasar yang mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau pelayanan serta penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Setelah itu, pengertian keputusan pembelian atau keputusan menginap, menurut Buchari Alma (2013:96), dalam skripsi Reginald Akbar Pratama yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Eatboss Cafe Cabang Lengkong (2018), adalah suatu sikap konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul yaitu produk atau jasa apa yang akan dibeli.

Jadi, penelitian ini mengangkat pokok pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Familia Banjarmasin dalam usaha meningkatkan jumlah tamu yang menginap.

1.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin.
- 2) Lokasi berpengaruh dan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin.
- 3) Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden.

2.1 Definisi Operasional Variabel

Untuk membatasi definisi yang meluas, maka penulis memberikan definisi operasional atas setiap variabel yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1). Tabel Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan (X1) Fandy Tjiptono (2014:198)	1.Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Ketepatan karyawan Hotel Familia dalam melayani konsumen.2. Karyawan Hotel Familia mampu memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen dan tidak membedakan antara konsumen satu dengan yang lainnya.3. Pelayanan Karyawan Hotel Familia yang memuaskan.
	2.Daya Tanggap (<i>Responsivess</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Karyawan Hotel Familia Banjarmasin memberikan pelayanan yang cepat.2. Karyawan Hotel Familia siap dan tanggap untuk menanggapi respon permintaan dari para konsumen.3. Karyawan Hotel Familia sigap dan tanggap untuk menanggapi respon dan keluhan dari para konsumen.
	3.Keyakinan (<i>Assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Karyawan Hotel Familia mempunyai pengetahuan yang luas.2. Keramahan karyawan Hotel Familia dalam melayani konsumen.3. Karyawan Hotel Familia mengutamakan jaminan keamanan selama konsumen menginap.
	4.Empati (<i>Empathy</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Karyawan Hotel Familia menerima saran dari para konsumen dengan baik.2. Karyawan Hotel Familia mampu berkomunikasi dengan baik terhadap para konsumen.3. Hotel Familia mengerti akan kebutuhan para konsumennya.

	5. Wujud Nyata (<i>Tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kamar hotel yang bersih, rapi dan nyaman untuk menginap. 2. Tersedianya tempat parkir yang memadai. 3. Fasilitas keluarga (restoran) yang nyaman.
--	---------------------------------------	--

2). Tabel Definisi Operasional Variabel Lokasi (X2)

Tabel Definisi Operasional Variabel Lokasi

Variabel	Indikator	Item
Lokasi (X2) Hendra Fure (2013:276)	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	Lokasi Hotel Familia Banjarmasin sangat mudah untuk dijangkau.
	Lingkungan sekitar yang aman	Hotel Familia berada di lingkungan yang aman dan nyaman.
	Arus lalu lintas yang lancar dan tempat parkir yang aman	Kelancaran arus lalu lintas dan tempat parkir yang aman di Hotel Familia.
	Dekat dengan fasilitas-fasilitas umum	Hotel Familia Banjarmasin dekat dengan fasilitas-fasilitas umum.

3). Tabel Definisi Operasional Variabel Keputusan Menginap (Y)

Tabel Definisi Operasional Variabel Keputusan Menginap

Variabel	Indikator	Item
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (2012:176-178)	<i>Need Recognition & Information Research</i>	Konsumen mengerti akan kebutuhannya dan mencari tempat untuk menginap yang sesuai
	<i>Evaluation Of Alternatives</i>	Hotel Familia menjadi prioritas utama dalam menentukan tempat untuk menginap
	<i>Purchase Decision</i>	Keputusan konsumen untuk tidak berpindah ketempat lain.
	<i>Postpurchase Decision</i>	Memberikan rekomendasi kepada orang lain setelah menginap.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian

1. Tabel Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Indikator	Item	Frekuensi (F) Dan skor (s) Jawaban Responden										Jumlah Skor	Persentase	Bobot
			SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
			F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Kualitas Pelayanan (X1)	Kehandalan	X1.1.1	13	65	16	64	1	3	0	0	0	0	132	88,00%	SS
		X1.1.2	10	50	20	40	0	0	0	0	0	0	130	86,67%	SS
		X1.1.3	4	20	24	96	2	6	0	0	0	0	122	81,33%	SS
		Rata – Rata Indikator Kehandalan											128	85,33%	
	Daya Tanggap	X1.2.1	4	20	26	104	0	0	0	0	0	0	124	82,67%	SS
		X1.2.2	8	40	21	84	1	3	0	0	0	0	127	84,67%	SS
		X1.2.3	11	55	13	52	6	18	0	0	0	0	125	83,33%	SS
		Rata – Rada Indikator Daya Tanggap											125,33	83,55%	
	Keyakinan	X1.3.1	7	35	22	88	1	3	0	0	0	0	126	84,00%	SS
		X1.3.2	8	40	19	76	3	9	0	0	0	0	125	83,33%	SS
		X1.3.3	13	65	17	68	0	0	0	0	0	0	133	88,67%	SS
		Rata –Rata Indikator Keyakinan											128	85,33%	
	Empati	X1.4.1	12	60	17	68	1	3	0	0	0	0	131	87,33%	SS
		X1.4.2	15	75	14	56	1	3	0	0	0	0	134	89,33%	SS
		X1.4.3	4	20	22	88	4	12	0	0	0	0	120	80,00%	S
		Rata – Rata Indikator Empati											128,33	85,55%	
	Wujud Nyata	X1.5.1	7	55	23	92	0	0	0	0	0	0	127	84,67%	SS
		X1.5.2	10	50	18	72	2	6	0	0	0	0	128	85,33%	SS
		X1.5.3	8	40	22	88	0	0	0	0	0	0	128	85,33%	SS
		Rata – Rata Indikator Wujud Nyata											127,66	85,11%	
	Rata –Rata Variabel Kualitas Pelayanan											127,33	84,89%		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

2. Tabel Hasil Analisis Deskripsi Variabel Lokasi (X2)

Variabel	Item	Frekuensi (F) Dan Skor (s) Jawaban Responden										Jumlah Skor	Presentase	Bobot
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Lokasi (X2)	X2.1	15	75	14	56	1	3	0	0	0	0	134	89,33%	SS
	X2.2	10	50	18	72	2	6	0	0	0	0	128	85,33%	SS
	X2.3	12	60	16	64	2	6	0	0	0	0	130	86,67%	SS
	X2.4	17	85	10	40	3	9	0	0	0	0	134	89,33%	SS
	Rata-rata variabel lokasi											131,5	87,67%	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

3. Tabel Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Menginap (Y)

Variabel	Item	Frekuensi (F) Dan Skor (S) Jawaban Responden										Jumlah Skor	Persentase	Bobot
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Keputusan Menginap (Y)	Y1	14	70	16	64	0	0	0	0	0	0	134	89,33%	SS
	Y2	9	45	21	84	0	0	0	0	0	0	129	86,00%	SS
	Y3	8	40	20	80	2	6	0	0	0	0	126	84,00%	SS
	Y4	7	35	22	88	1	3	0	0	0	0	126	84,00%	SS
	Rata – Rata Variabel Keputusan Menginap											128,75	85,83%	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

3.2 Hasil Analisis Data

(1). Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Nilai pada r_{tabel} yang didapatkan dari jumlah responden 30 orang adalah 0,3610, yang berarti semua instrumen variabel dalam penelitian mulai dari kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2) dan keputusan menginap (Y) semuanya harus menghasilkan nilai $r_{hitung} >$ dari pada r_{tabel} . Supaya dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel r_{hitung}

Variabel	Instrumen	Nilai r_{hitung}	Keterangan
	X1.1 Kehandalan (Reability)		
	X1.1.1	0,577	Valid
	X1.1.2	0,787	Valid
	X1.1.3	0,587	Valid
	X1.2 Daya Tanggap (Responsiveness)		
	X1.2.1	0,469	Valid
	X1.2.2	0,654	Valid
	X1.2.3	0,596	Valid
	X1.3 Keyakinan (Assurance)		

Kualitas Pelayanan (X1)	X1.3.1	0,488	Valid
	X1.3.2	0,767	Valid
	X1.3.3	0,578	Valid
	X1.4 Empati (Empathy)		
	X1.4.1	0,796	Valid
	X1.4.2	0,723	Valid
	X1.4.3	0,522	Valid
	X1.5 Berwujud (Tangible)		
	X1.5.1	0,635	Valid
	X1.5.2	0,640	Valid
	X1.5.3	0,627	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,566	Valid
	X2.2	0,740	Valid
	X2.3	0,607	Valid
	X2.4	0,781	Valid
Keputusan Menginap (Y1)	Y1.1	0,634	Valid
	Y1.2	0,733	Valid
	Y1.3	0,727	Valid
	Y1.4	0,827	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS Versi 25

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan koersioner dalam memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Ukuran kemampuan yang digunakan dapat kita lihat dari besarnya nilai alpha Cronbach.

Tabel Nilai alpha Cronbach

Variabel	Nilai alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,866	Sangat Reliable
Lokasi (X2)	0,604	Reliable
Keputusan Menginap (Y)	0,703	Reliable

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS Versi 25

(2). Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*,

Hasil Uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,77481337
Most Extreme Differences	Absolute	,153
	Positive	,153
	Negative	-,096
Test Statistic		,153
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel di atas didapatkan nilai signifikansi 0,071 yang menunjukkan lebih besar dari pada 0,05 sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa sampel yang berasal dari populasi berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat pada tabel coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,309	1,974		,663	,513		
	X1	,130	,042	,434	3,108	,004	,531	1,883
	X2	,433	,124	,490	3,505	,002	,531	1,883

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel X1 dan X2 adalah 1,883 yang artinya kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini terbebas dari uji multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan menggunakan uji glejser.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,129	1,401		,092	,928
	X1	-,024	,030	-,207	-,808	,426
	X2	,109	,088	,320	1,245	,224

a. Dependent Variable: RES2

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser di atas, hasil signifikansi dari variabel bebas menunjukkan nilai X1 sebesar 0,426 dan X2 sebesar 0,224 kedua nilai tersebut lebih besar dari nilai *standard signifikansi* yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

(3). Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2) terhadap variabel keputusan menginap (Y) pada Hotel Familia Banjarmasin dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,720	,699	,803

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1,309	1,974		,663	,513
	X1	,130	,042	,434	3,108	,004
	X2	,433	,124	,490	3,505	,002

a. Dependent Variable: Y1

Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Pada Hotel Familia Banjarmasin.

Variabel Bebas	Koefisien Regesi (b)	Signifikansi	Keputusan terhadap Hipotesis
Kualitas Pelayanan (X1)	0,130	0,004	Diterima
Lokasi (X2)	0,433	0,002	Diterima
Konstanta (a)	= 1,309		
R	= 0,848		
R Square	= 0,720		
Adjusted R Square	= 0,699		
SEE	= 0,803		

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS Versi 25

Penjelasan Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda di atas dapat kita simpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia, hal ini didasarkan pada hasil positif Koefisien Regresi (b), yaitu sebesar 0,130 dan signifikansinya 0,004, hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap seorang konsumen.
2. Lokasi (X2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia, hal ini didasarkan pada hasil positif Koefisien Regresi (b), yaitu sebesar 0,433 dan signifikansinya 0,002, hal ini berarti lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap seorang konsumen.
3. R disebut juga sebagai koefisien korelasi ganda, dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel lokasi (X2) terhadap keputusan menginap adalah sebesar 0,848.
4. R Square disebut juga sebagai koefisien determinasi, dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square adalah 0,720, artinya 72% variasi yang mempengaruhi terhadap tinggi atau rendahnya keputusan menginap seorang konsumen disebabkan variasi kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan sisanya (28%) tidak dapat diterangkan.
5. Adjusted R Square adalah uji yang bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Nilai Adjusted R Square dari tabel diatas diketahui adalah 0,699 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Lokasi (X2) mempengaruhi variabel Keputusan Menginap (Y) sebesar 69,9%, selebihnya yaitu sebesar 30,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak di masukkan kedalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian model regresi berganda di atas, maka model regresi yang menyatakan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Menginap (Y) dapat dinyatakan dalam model seperti di bawah ini :

$$Y = 1,309 + 0,130X_1 + 0,433X_2$$

Dimana :

Y = Keputusan Menginap

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Lokasi

Dapat dijelaskan bahwa : Koefisien regresi (b) beta Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,130 bertanda positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan (X1) di mana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen menginap sebesar 0,130.

Koefisien regresi (b) beta Lokasi (X2) sebesar 0,433 bertanda positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel Lokasi (X2) di mana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen menginap sebesar 0,433.

4). Uji Hipotesis

(1). Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* dalam kolom sig.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1,309	1,974		,663	,513
	X1	,130	,042	,434	3,108	,004
	X2	,433	,124	,490	3,505	,002

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan gambar di atas, didapatkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) yang dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha ($\alpha = 0,05$) pada tingkat kepercayaan 95%.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan menginap (Y) yang ditunjukkan dari nilai signifikan $0,004 < 0,05$, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima.
2. Lokasi (X2) berpengaruh terhadap keputusan menginap (Y) yang ditunjukkan dari nilai signifikan $0,002 < 0,05$, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima.

(2). Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44,757	2	22,378	34,706	,002 ^b
	Residual	17,410	27	,645		
	Total	62,167	29			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia Banjarmasin dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (signifikansi $0,002 < 0,05$).

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan menginap (Y) pada Hotel Familia Banjarmasin. Sehingga dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima.

3.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Lokasi (X2) terhadap keputusan menginap (Y), hal ini dibuktikan dari uji hipotesis dengan uji t dimana untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) didapat nilai t_{hitung} sebesar 3,108 sedangkan pada t_{tabel} sebesar 2,05183 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Menginap (Y). Pada variabel Lokasi (X2) t_{hitung} nya adalah 3,505 sedangkan pada t_{tabel} sebesar 2,05183 maka dapat disimpulkan variabel Lokasi (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Menginap (Y). Dasar pengambilan keputusan di sini t_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} .

Sedangkan, jika dibuktikan dengan uji F diperoleh bahwa nilai signifikansinya adalah 0,002 dengan nilai F_{hitung} sebesar 34,706. Pengambilan keputusan disini F_{hitung} harus lebih besar dari F_{tabel} untuk menentukan adanya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Menurut perhitungan F_{hitung} sebesar 34,706 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,35. Oleh karena, $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model linier berganda sudah tepat dan dapat digunakan serta memiliki pengaruh.

4. Penutup

4.1 Kesimpulan

1. PT. Familia Abadi Bersaudara (Hotel Familia) adalah objek penelitian penulis yang beralamat di JL. H. Hasan Basri Kayu Tangi RT. 30 No.026 Banjarmasin. Hotel Familia adalah badan usaha yang bergerak di bidang jasa perhotelan.
2. Di tengah maraknya persaingan bisnis di bidang jasa perhotelan yang ada di kota Banjarmasin Hotel Familia tetap mampu bertahan. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen untuk menginap di suatu hotel, di antaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, lokasi atau alamat di mana hotel itu terletak, harga kamar yang tersedia, fasilitas yang disediakan dan promosi yang dilakukan oleh pihak hotel dalam memasarkan hotel tersebut.
3. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Familia (X1) dan variabel lokasi dimana Hotel Familia berada (X2) memiliki pengaruh bagi konsumen dalam memutuskan untuk menginap (Y) di Hotel Familia Banjarmasin.
4. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sebanyak 30 responden yang dipercaya dapat mewakili seluruh konsumen yang ada pada Hotel Familia Banjarmasin.
5. Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang diuji menggunakan piranti software SPSS versi 25 didapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Menginap (Y) pada Hotel Familia, hal ini didasarkan pada hasil positif Koefisien Regresi (b), yaitu sebesar 0,130 dan signifikansinya 0,004, serta t_{hitung} yang dimiliki Variabel Kualitas Pelayanan (X1) lebih besar dari t_{tabel} ($3,108 > 2,05183$), hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap seorang konsumen.
6. Berdasarkan Variabel Lokasi (X2) yang diuji menggunakan piranti software SPSS versi 25 didapatkan hasil bahwa Lokasi (X2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Familia, hal ini didasarkan pada hasil positif Koefisien Regresi (b), yaitu sebesar 0,433 dan signifikansinya 0,002, serta t_{hitung} yang dimiliki Variabel Lokasi (X2) lebih besar dari t_{tabel} ($3,505 > 2,05183$), hal ini berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap seorang konsumen.
7. Berdasarkan uji F (bersama-sama) yang diuji menggunakan piranti software SPSS versi 25 didapatkan hasil bahwa antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Lokasi (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Menginap (Y). Hal ini didasarkan pada hasil F_{hitung} sebesar 34,706, sedangkan hasil pada F_{tabel} sebesar 3,35. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model linier berganda sudah tepat dan dapat digunakan serta memiliki pengaruh.

4.2 Saran

1. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), item karyawan Hotel Familia mampu berkomunikasi dengan baik (X1.4.2) mempunyai jumlah skor tertinggi Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua konsumen menganggap karyawan Hotel Familia mampu mengerti maksud dan tujuan dari pembicaraan konsumen, sedangkan pada jumlah skor terendah terletak pada item Hotel Familia mengerti akan kebutuhan konsumennya (X1.4.3). Hal ini menggambarkan bahwa Hotel Familia diharapkan mampu menambah fasilitas yang mereka miliki supaya dapat memenuhi kebutuhan konsumennya seperti menambahkan fasilitas restoran yang buka 1×24 jam yang selama ini hanya dibuka pada saat sarapan pagi.
2. Pada variabel Lokasi (X2), diketahui bahwa pada indikator kemudahan lokasi untuk dijangkau (X2.1) dan dekat dengan fasilitas-fasilitas umum (X2.4) mempunyai jumlah skor tertinggi Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua konsumen memilih Hotel Familia sebagai tempat menginap karena mereka merasa lokasi Hotel Familia mudah untuk dijangkau dan dekat dengan fasilitas umum yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sedangkan jumlah skor terendah terletak pada indikator lingkungan yang aman dan nyaman (X2.2) Hal ini dapat menjadi masukan bagi Hotel Familia supaya membuat lingkungan yang nyaman dan aman yang sesuai dengan keinginan para konsumen seperti lebih meningkatkan sistem keamanan yang terdapat di Hotel Familia dengan cara memperluas area yang dilengkapi dengan pantauan kamera CCTV dan lebih meningkatkan untuk penjagaan privasi para konsumen.
3. Pada variabel Keputusan Menginap (Y), diketahui bahwa pada indikator konsumen menginap di Hotel Familia karena sesuai dengan kebutuhan mereka (Y1) mempunyai jumlah skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua konsumen memilih Hotel Familia sebagai tempat menginap karena memang sesuai dengan kebutuhan mereka, sedangkan pada jumlah skor terendah diketahui terdapat pada indikator konsumen merasa nyaman menginap di Hotel Familia dan enggap berpindah ke tempat lain (Y3) dan konsumen akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel Familia (Y4). Hal ini dapat menjadi masukan bagi Hotel Familia supaya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan lebih memperhatikan setiap saran yang diberikan oleh konsumen supaya mereka merasa lebih nyaman menginap di Hotel Familia dan pada akhirnya bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel Familia karena tanpa kita sadari pemasaran melalui *word of mounth positive* adalah salah satu cara terbaik dalam memasarkan suatu produk atau jasa, terlebih lagi dalam industri jasa seperti jasa perhotelan, karena jasa itu tidak dapat dilihat atau disentuh tetapi hanya bisa dirasakan oleh konsumen.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengembangkan metode pengambilan sampel dan teknik pengambilan data sehingga nanti hasil penelitiannya dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat. Selain itu, peneliti selanjutnya juga bisa memperluas jangkauan penelitian dengan menggunakan lebih banyak variabel yang akan dianalisis seperti variabel harga dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono, 2011, Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel, Alfabeta, Bandung.
(<http://www.infodanpengertian.com/2015/11/pengertian-hotel-menurut-para-ahli.html>)
- Ahmad Mansyur Pane (2018). Pengaruh Layanan Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Charlie Bernando Halomoan Samosir (2015). Pengaruh Presepsi Harda Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Volume 1, Nomor 3, November 2015.
- Cita Mar'atu Nur Nursofi (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Pada Hotel Global Inn Syariah. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
<http://www.bacaanpopuler.com/2017/10/bentuk-bentuk-organisasi.html?m=1>
- Iin Try Suci Paminuddin (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Putri Wisata Kota Kendari. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Halu Oleo Kendari.
- Lily Handayani (2015). Analisis Kebijakan Seleksi Dan Motivasi Karyawan Pada PT. Golden Photo Laboratorium Dan Studio Photo Digital Kuala Kapuas. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin.
- Latifatul Hikmah (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Service Quality, Dan Marketing Mix Terhadap Corporate Image Pada Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Muhammad Alfani dan Fanlia Prima J, 2017, Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian, Cetakan Kesebelas, FE UNISKA, Banjarmasin.
- Reginald Akbar Pratama (2018). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Eatboss Cafe Cabang Lengkong. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pasundan Bandung.
- Soni Okta Feri (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Hotel Menginap Di Hotel Karmila Bandung. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pasundan Bandung