

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP KONSUMEN PADA HOTEL ZAHRA SYARIAH KENDARI

Nurhayati, Arifin Utha dan H. Makmur Kambolong

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administasi Universitas Halu Oleo Kendari

nur.sekretari2011@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine how much influence the Quality of Service and Location of the Decision to Stay by Consumers at the Zahra Hotel Kendari. Independent variables consist of Service Quality (X1) and Location (X2). Dependent Variable is the Consumer's Decision to Stay at the Zahra Hotel in Kendari. The number of research samples is 65 respondents taken using accidental sampling technique. The analysis used is Multiple Linear Regression Analysis whose results are $Y = 4,584 + 0.715 X_1 + 0,342X_2 + 1,842$. The most influential independent variable on the dependent variable is the Service Quality variable of (7,508) and followed by the Location variable of (3,692). The coefficient of determination (R²) of 0.676 or 67.6% means that the coefficient of determination model is good. This research was conducted by distributing questionnaires to several consumers of Zahra Syariah Kendari Hotel in Non Probability Sampling with accidental sampling technique and analyzed with Multiple Linear Regression. This model emphasizes the Effect of Service Quality and Location on Consumers' Stay Decisions that the results of the analysis are processed using SPSS Version 16. The results show that there are two hypotheses that have been tested in this study, namely Service Quality and Location. Where both of these hypotheses have a positive and significant effect on Consumer Stay Decisions at the Zahra Syariah Hotel in Kendari. Research results show that this research model is acceptable.

Keywords: Service Quality; Location; and Stay Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap pengambilan Keputusan untuk Menginap oleh Konsumen di Hotel Zahra Kendari. Variabel Independen terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2). Variabel Dependen adalah Keputusan Menginap (Y) konsumen pada Hotel Zahra Kendari. Jumlah sampel penelitian adalah 65 Responden yang diambil dengan menggunakan Teknik *Accidental* sampling. Analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda yang hasilnya adalah $Y = 4,584 + 0,715 X_1 + 0,342X_2 + 1,842$. Variabel independen yang paling besar berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel Kualitas Pelayanan sebesar (7,508) dan diikuti oleh variabel Lokasi sebesar (3,692). Koefisien Determinasinya (R₂) sebesar 0,676 atau 67,6% artinya model koefisien determinasi bagus. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner terhadap beberapa konsumen Hotel Zahra Syariah Kendari secara *Non Probability Sampling* dengan Teknik *accidental Sampling* dan di analisis dengan Regresi Linear Berganda. Model ini menekankan pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen yang hasil analisisnya di olah dengan menggunakan SPSS Versi 16. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua hipotesis yang telah diuji dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Di mana kedua hipotesis tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap Konsumen pada Hotel Zahra Syariah Kendari. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan; Lokasi; dan Keputusan Menginap*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat sekarang ini, pertumbuhan bisnis dibidang jasa berkembang sangat pesat dan tersebar dimana-mana. Pada dasarnya yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan jasa adalah mendapatkan kepuasan konsumen. Sama halnya dengan Hotel, yang menjadi tujuan utama adalah kepuasan konsumen. Pelanggan akan merasa puas apabila apa yang dialami dan dirasakannya sesuai atau melebihi harapannya, sebaliknya pelanggan akan merasa tidak puas apabila yang dialami dan dirasakannya tidak sesuai atau lebih rendah dari harapannya (Tjiptono, 2000 : 356). Hotel Zahra Kendari adalah salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang sewa villa dan penginapan, yang terletak di Jl. Haji Edi Sabara No. 1A Kendari. Hotel Zahra terletak di Kota Kendari yang dikenal dengan kemewahan Hotel Bintang Tiga di daerah yang paling eksklusif di Kendari dan Hotel tersebut juga berdekatan dengan beberapa tempat menarik di sekitar Hotel seperti Teluk Kendari, Bandara Halu Oleo 19.74 km, Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai 78.28 km, Betoambari 169.14 km dan Matahora 8192.02 km.

Berdasarkan pengamatan yang ada dilapangan, tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) Jasa Perhotelan ini mengalami kenaikan dan penurunan tiap bulannya, hal tersebut didasarkan pada informasi yang diperoleh bahwa jumlah hunian kamar untuk periode mei tahun 2015 sampai juni tahun 2016 hanya terjual sebesar 16.000 kamar. Berdasarkan latar belakang diatas, timbul keinginan penulis untuk mengambil judul skripsi **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Syariah Kendari”**.

B. Rumusan Masalah

Dari masalah penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari ?
3. Apakah Variabel Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Menginap Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan Rumusan Masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap Konsumen.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap keputusan menginap konsumen.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan Menginap Konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut *The American Society for Quality Control* adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan/bersifat laten (Lupiyoadi, 2001).

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler, 2000 : 83). Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Tjiptono, 2000 : 6).

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang keandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat (Bloemer et al, 1998 dalam Karsono : 2007).

B. Konsep Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bemarkas dan melakukan operasi. Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2001 : 80).

Fitzsimmons dalam Nasution (2004 : 34) menjelaskan bahwa lokasi adalah pemilihan suatu tempat yang menentukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha.

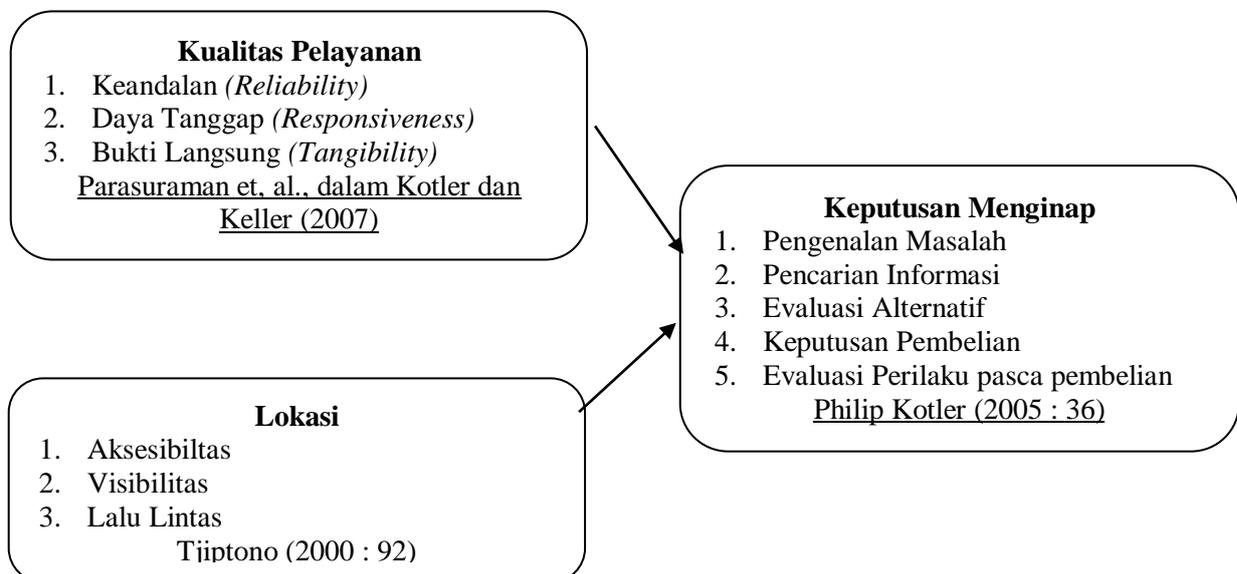
C. Konsep Keputusan Mengingat Konsumen

1. Pengertian Keputusan Pembelian/Mengingat

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003 : 413), Pengambilan Keputusan Konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Armstrong (2001 : 226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

D. Kerangka Pemikiran Penelitian



Skema 1.
Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian (Mardalis, 2003 : 48).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1 = Ada Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari
- H2 = Ada Pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari
- H3 = Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan Objek Penelitian adalah Hotel Zahra Kendari yang berlokasi di Jl. Haji Edi Sabara No. 1A Kendari.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Adapun yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang berkunjung dan menggunakan jasa Hotel Zahra Syariah Kendari, karena jumlah populasinya tidak diketahui atau bersifat *Infinite* (tidak terbatas), sehingga besaran populasi tidak dicantumkan.

2. Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden, namun setelah proses penyebaran kuisioner ternyata hanya terdapat 65 angket yang layak di analisis datanya. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Non Probability Sampling*, Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *Accidental sampling* (sampel kebetulan).

C. Jenis dan Sumber Data

Sehubungan dengan permasalahan penelitian maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer dan Data sekunder sedangkan Sumber Data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara Studi Kepustakaan dan Studi Lapangan (dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dan proses wawancara pada konsumen dan informan).

E. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan, baik terhadap Data Primer maupun Data Sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Deskriptif Statistik Kuantitatif dan Deskriptif Kualitatif Regresi Linear Berganda yang digunakan sebagai berikut : (Umar, 2002)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan Menginap
- a = konstanta
- b₁, b₂ = koefisien regresi masing-masing variabel
- e = standar *error* atau varians pengganggu
- X₁ = Kualitas Pelayanan
- X₂ = Lokasi

F. Skala Pengukuran

Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tindakan bagi setiap butir keputusan, format tipe Skala likert bisa digunakan. Kategori yang dipergunakan oleh skala likert dengan lima kategori sebagai berikut (Riduwan, 2003):

Sangat Setuju : Skor 5, Setuju : Skor 4, Netral : Skor 3, Tidak Setuju : Skor 2 dan Sangat Tidak Setuju : Skor 1.

G. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan korelasi *product moment* (Santoso, 2004 : 283) pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$. Koefisien validitas yang memuaskan jika nilai $r \geq 0,30$. Sedangkan untuk menghasilkan indeks atau angka koefisien validitas digunakan program SPSS.

2. Uji Realibitas

Pengukuran realibitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *cronbach alpha (a)*. Sebuah instrumen dianggap telah memiliki tingkat kehandalan yang dapat diterima (reliabel), jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur ≥ 0.06 (*cut of point*). Menurut Sekaran (2003) nilai koefisien *Alpha Cronbach* dikatakan baik apabila mempunyai koefisien antara 6,0 sampai 1,00.

H. Analisis Data

Adapun analisis yang digunakan sebagai berikut :

1. Uji t

Uji koefisien regresi parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*independent variabel*). Untuk mengetahui apakah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau sebaliknya diuji dengan membandingkan nilai t bilamana nilai t hitung $>$ t tabel maka hipotesis nol (H_0) ditolak H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai t-hitung $<$ t-tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan H_a ditolak. (Hair, et al, 2006).

2. Uji F

Uji ketepatan model (*goodness of fit*) bertujuan apakah perumusan model sudah tepat atau fit. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan nilai F. jika hasil F-hitung $>$ F-tabel, maka model yang dirumuskan sudah tepat (*goodness of fit*). (Hair , et al, 2006). Uji F statistik digunakan untuk membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan mempengaruhi Keputusan Mengingat digunakan uji F statistik. Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut :

H_0 = ditolak bila F hitung $<$ F tabel

H_a = diterima bila F hitung $>$ F tabel

I. Definisi Operasional

Definisi operasional ditunjukkan untuk memberikan batasan pemahaman terhadap variabel-variabel yang dibahas sehingga memudahkan peneliti dalam membahas variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini:

A) Variabel Bebas (X)

1. Kualitas Pelayanan adalah penilaian konsumen tentang keandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Parasuraman et, al. dalam Kotler dan Keller (2007), menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :
 - a. Keandalan (*Reliability*), yaitu salah satu kemampuan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Indikatornya Perlakuan adil Karyawan pada semua Pelanggan dan Prosedur Pelayanan yang tidak berbelit-belit.
 - b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu salah satu ketersediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kapan saja akan diberikan secara tepat. Indikatornya Kecepatan dan ketepatan pemberian Layanan serta Merespon baik setiap keluhan tamu
 - c. Bukti Langsung (*Tangibility*), merupakan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Indikatornya adalah fasilitas parkir luas dan aman, Kamar Tidur Bersih dan Nyaman, Tersedia Akses Internet gratis di *Lobby* dan Tersedia Fasilitas Keluarga.
2. Lokasi adalah pemilihan suatu tempat yang strategis untuk menjalankan suatu kegiatan usaha produksi atau para penyedia jasa dengan berdasarkan pertimbangan tertentu agar dapat

menentukan berhasilnya usaha dijalankan dan kemudahan memperoleh keuntungan maksimal. Dimensi dari variabel lokasi antara lain : Tjiptono (2000 : 92)

- a. Aksesibilitas. Indikatornya meliputi : Mudah terjangkau transportasi umum dan Lokasi Dekat dengan fasilitas umum
- b. Visibilitas. Indikatornya meliputi Lokasi Hotel terlihat dari jalan raya dan Akses menuju lokasi Hotel sangat mudah
- c. Lingkungan. Indikatornya meliputi Lokasi hotel berada dipusat kota dan Lokasi sekitar Hotel bersih dan aman

B) Variabel Terikat (Y)

1. Keputusan Menginap atau keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan atau tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap keinginan untuk mencari, membeli, dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dimensi dari variabel keputusan menginap antara lain : Philip Kotler (2005 : 36)
 - a. Pengenalan Masalah. Indikator Pengenalan masalah terdiri dari Tersedianya Produk untuk Kebutuhan konsumen saat menginap di Hotel Zahra dan Kebutuhan terhadap produk Hotel Zahra sangat tinggi
 - b. Pencarian Informasi. Indikator dari pencarian informasi antara lain Informasi produk Hotel diperoleh dari Keluarga dan Media Massa.
 - c. Evaluasi Alternatif. Indikatornya adalah Hotel Zahra menjadi Prioritas utama sebagai tempat menginap konsumen
 - d. Keputusan Pembelian. Indikatornya Produk yang ditawarkan pihak Hotel sesuai dengan Kebutuhan serta Saat yang tepat untuk melakukan pembelian produk
 - e. Evaluasi Perilaku Pasca Pembelian. Indikatornya Konsumen merasa terhadap produk Hotel Zahra dan Konsumen Merekomendasikan Hotel Zahra kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi penelitian

1. Sejarah Berdirinya Hotel Zahra Syariah Kendari

Hotel Zahra Kendari merupakan Hotel pertama yang berkonsep Syariah yang terdapat di Kota Kendari. Hotel Zahra didirikan pada tanggal 11 Mei 2011 dan di resmikan pada tanggal 08 Juni 2012, Hotel Syariah berbintang 3 (Tiga). Nama Zahra Hotel sendiri diberikan oleh Ustad Zezen Zainal Mursalin Lc, ia adalah Pimpinan Pesantren Mu'adz Bin Jabal Kota Kendari dan juga sebagai anggota MUI Kota Kendari, arti Zahra dikenal sebagai nama islami yang berasal dari bahasa arab yang berarti "Bunga berwarna putih" dengan makna bahwa Hotel Zahra ini diharapkan menjadi Hotel yang banyak diminati oleh kalangan konsumen sebab kesucian dan keindahannya, seperti bunga yang berwarna putih.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik Responden dalam penelitian ini merupakan gambaran umum dari identitas individu para tamu Hotel Zahra Kendari. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah tamu/konsumen yang berkunjung dan juga telah menginap di Hotel Zahra Kendari, yang ditemui secara kebetulan di lokasi penelitian dengan jumlahnya sebanyak 65 Orang. Untuk lebih jelasnya, maka dapat diuraikan berdasarkan beberapa tingkat karakteristik, yaitu sebagai berikut :

1) Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Umur

Berdasarkan karakteristik umur, responden yang paling dominan berkunjung dan juga menginap di Hotel Zahra Syariah Kendari adalah responden yang memiliki tingkatan usia 31-41 atau sebesar 55,39%.

2) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Bahwa responden penelitian untuk jenis kelamin laki-laki lebih dominan dari responden perempuan yang menginap di Hotel Zahra Kendari yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 50,77% sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 32 orang atau sekitar 49,23%.

3) Karakteristik Responden berdasarkan Status Perkawinan

Bahwa berdasarkan karakteristik responden menurut status perkawinan diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai status perkawinan yakni sebesar 45 orang atau sebesar 69,23%.

4) Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Mayoritas responden yang menginap pada Hotel Zahra Syariah Kendari berpendidikan SMA sebesar 29 Orang atau sekitar 44,61% dan kemudian disusul dengan tingkat pendidikan Srtara 1 (S1) sebanyak 27 Orang atau sekitar 41,53%.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Menunjukkan bahwa sebanyak 22 responden atau sekitar 33,84% memiliki pekerjaan Karyawan Swasta. Menyusul yang memiliki pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 16 orang (24,61%). Selanjutnya yang memiliki pekerjaan pengusaha/pedagang sebanyak 12 responden (18,46%).

C. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 9.
Rentang Skala

No	Rata-rata Skor Jawaban	Kategori	Nilai
1.	1,00 – 1,80	Tidak Baik	1
2.	1,81 – 2,61	Kurang Baik	2
3.	2,62 – 3,40	Cukup Baik	3
4.	3,41 – 4,21	Baik	4
5.	4,22 – 5,00	Sangat Baik	5

Sumber : Sugiyono, 2011

1) Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil kategorisasi secara keseluruhan, rata-rata skor jawaban responden terhadap variabel kompetensi sebesar 4,00 atau berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Keandalan (*Realibility*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan Bukti Langsung (*Tangibility*) mampu dilaksanakan oleh pihak Hotel Zahra kendari dalam bekerja dan melayani konsumen sehingga dapat menambah jumlah pengunjung dan menginap Hotel.

2) Deskripsi Variabel Lokasi (X2)

Berdasarkan hasil kategorisasi secara keseluruhan, rata-rata skor jawaban responden terhadap variabel kompetensi sebesar 3,60% atau berada pada kategori baik. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas, Visibilitas dan Lingkungan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menginap konsumen pada Hotel Zahra Kendari.

3) Deskripsi Variabel Keputusan Menginap (Y)

Hasil tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Zahra Kendari, berdasarkan hasil kategorisasi berada pada kategori baik atau rata-rata sebesar 3,91%. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah konsumen yang menginap pada Hotel Zahra Syariah Kendari dapat terjadi apabila Kualitas Pelayanan Hotel baik dan lokasi Hotel pun strategis.

D. Uji Kualitas Data

1. Uji validasi instrumen

Tabel. 13
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Intrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Item	Koefisien Korelasi (R)	Signifikasi	Keterangan
1	2	3	4	5

Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0,736	0,000	Valid
	P2	0,601	0,000	Valid
	P3	0,737	0,000	Valid
	P4	0,742	0,000	Valid
	P5	0,489	0,000	Valid
	P6	0,555	0,000	Valid
	P7	0,526	0,000	Valid
	P8	0,577	0,000	Valid
Lokasi (X2)	P9	0,777	0,000	Valid
	P10	0,815	0,000	Valid
	P11	0,600	0,000	Valid
	P12	0,754	0,000	Valid
	P13	0,686	0,000	Valid
	P14	0,651	0,000	Valid
Keputusan Menginap (Y)	P15	0,638	0,000	Valid
	P16	0,738	0,000	Valid
	P17	0,475	0,000	Valid
	P18	0,672	0,000	Valid
	P19	0,599	0,000	Valid
	P20	0,716	0,000	Valid
	P21	0,502	0,000	Valid
	P22	0,615	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2016

2. Uji reliabilitas instrumen

Tabel. 14
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	2	3
Kualitas Pelayanan (X1)	0,772	Reliabel
Lokasi (X2)	0,809	Reliabel
Keputusan Menginap (Y)	0,769	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2016

E. Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan deskripsi data kualitas pelayanan dan lokasi maka hasil analisis pengaruh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pada Hotel Zahra Kendari

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	T Hitung	T Signifikan
Kualitas Pelayanan (X1)	,625	7,508	,000
Lokasi (X2)	,307	3,692	,000
Konstanta (B ₀)	= 4,584 dengan t signifikansi 0,087		N = 65
R Square	= 0,676		α = 0,05
R	= 0,822		
F Hitung	= 64,733		
F Signifikan	= 0,000		
Standar Error	= 1,842		

Sumber : Data Primer Diolah SPSS, 2016

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

$$Y = 4,584 + 0,715X_1 + 0,342X_2 + + 1,842$$

2. Nilai Konstanta (β_0)

Nilai Konstanta (β_0) sebesar 4,584 dengan nilai signifikan sebesar 0,087, nilai konstanta bernilai positif artinya bahwa jika skor variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi dianggap tidak ada atau sama dengan 0 (nol), maka skor keputusan menginap konsumen akan semakin berkurang. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa secara statistika nilai konstanta (β_0) tersebut berbeda nyata dengan nol ($\beta_0 \neq 0$). Oleh karena itu, nilai konstanta tersebut ($\beta_0 = 4,584$) dapat dimasukkan dalam model regresi.

3. Koefisien Regresi (b)

Dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menginap konsumen pada Hotel Zahra Syariah Kndari, nilainya dapat diuraikan sebagai berikut :

a. **Nilai Koefisien Regresi (b_1)** diperoleh sebesar 0,715 yang artinya bahwa apabila terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Pelayanan sebanyak satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan menginap konsumen sebesar 0,715 dengan mengabaikan variabel Lokasi ($X_2 = 0$).

b. **Nilai Koefisien Regresi (b_2)** diperoleh nilai sebesar 0,342 yang artinya bahwa apabila terjadi kenaikan pada variabel Lokasi sebanyak satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan menginap konsumen sebesar 0,342 dengan mengabaikan variabel Lokasi ($X_1 = 0$).

4. Koefisien Korelasi (R)

Nilai Koefisien Korelasi (R) menunjukkan keeratan hubungan langsung antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) Terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Y) adalah sebesar 0,822, yang berarti bahwa hubungan antara variabel dependen dan variabel Independen adalah positif dan sangat kuat.

5. Koefisien Determinasi (R Square/ R^2)

Nilai R-Square diperoleh sebesar 0,676 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Y) adalah sebesar 67,6% dan sisanya yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 32,4%, hal ini menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang cukup besar kontribusinya yang tidak diteliti.

a) Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji f (Uji Simultan) dan Uji t (Uji Parsial), sebagai berikut :

1. Uji F (Uji Simultan/Serempak)

Berdasarkan Uji Anova atau Uji F dari *Output* SPSS, terlihat bahwa diperoleh F Hitung sebesar 64,733 dan Probabilitas sebesar 0,000. Secara lebih tepatnya, nilai F Hitung dibandingkan dengan F Tabel dimana jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ maka secara simultan variabel-variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan pembilang/df1 ($k = 3$ (Jumlah Variabel) dan derajat kebebasan penyebut/df2, diperoleh nilai F Tabel 3,15. Melihat nilai F Hitung 64,733 lebih besar dari nilai F Tabel (3,15). Dengan demikian, dari hasil pengujian diatas bahwa F Hitung lebih besar dari F Tabel maka variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji T (Parsial)

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Untuk nilai T hitung Variabel X_1 sebesar **7,508** dan untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n =jumlah responden, k =variabel bebas dan terikat) sebesar **1,669** maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif. Jika nilai signifikan $< 0,05$ berarti berpengaruh signifikan. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Oleh karena besarnya nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Maka dalam pengujian ini hipotesis pertama (H_1) diterima.

b. Variabel Lokasi (X_2)

Untuk nilai T hitung variabel X2 sebesar **3,692** dan untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n=responden, k=variabel bebas dan terikat) sebesar 1,669. Dengan demikian, bahwa untuk nilai T Hitung $3,692 >$ nilai T Tabel **1,669**, maka variabel lokasi berpengaruh positif. Jika nilai signifikan $< 0,05$ berarti berpengaruh signifikan. Pengujian pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap konsumen diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu, besarnya nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan.

Dengan demikian berdasarkan uji t (uji parsial) di atas, variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menginap dengan memperoleh nilai t hitung sebesar **7,508**.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diajukan kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menginap konsumen sebesar 71,5%. Hal ini memberikan gambaran bahwa dengan pelayanan yang baik akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memberikan peningkatan pada jumlah pengunjung Hotel Zahra syariah kendari.
2. Ada pengaruh Lokasi terhadap keputusan menginap konsumen hotelzahra syariah kendari sebesar 34,2% hal ini memberikangambaran bahwa dengan lokasi yang strategis maka akan semakin dapat meningkatkan jumlah pengunjung hotel Zahra tersebut.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Menginap konsumen pada Hotel Zahra Syariah Kendari. Kondisi tersebut diperkuat pula dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,822 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada pihak manajemen Hotel Zahra Syariah Kendari, antara lain :

1. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan merupakan faktor yang dominan dari kualitas pelayanan. Manajemen Hotel Zahra Syariah Kendari hendaknya makin memperhatikan kinerja dari para karyawannya. Setiap tamu yang akan melakukan pemesanan kamar hendaknya segera dilayani dan tidak dibiarkan terlalu lama menunggu. Setiap karyawan hendaknya diberikan pelatihan tentang seluk beluk perhotelan sehingga memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk dapat secara cepat memberikan pelayanan yang tepat sasaran.
2. Dari hasil pembahasan ditemukan keterjangkauan merupakan faktor yang dominan dari lokasi. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak Hotel agar memperhatikan kemudahan untuk mengjangkau lokasi Hotel apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan Hotel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, Joseph F, William C. Black, Barry J Babin, and Ronald L. Tatham, 2006. *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, 2005. "Manajemen Pemasaran Jilid 1", Edisi ke 11, Jakarta. Penerbit : PT Index Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I* ed. 12. PT. Indeks : Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Perilaku Konsumen. Jakarta : Salemba Empat.
- Mardalis. 2003. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta : Salemba Empat.
- Riduwan, 2003. “Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian”, Cetakan kedua, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Liberty.
- Setiadi, Nugroho, J. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Penelitian Pemasaran. Bandung : Kencana.
- Santoso, Singgih. 2004. SPSS Statistika Multivariat. PT. Elex Media Komputindo : Jakarta, Andi : Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business : A Skill Building Approach, Third Edition, John Wiley & Sons, Inc. New York.*
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi-Offset.
- 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi-Offset.
- 2005. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Media Publishing.
- 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Penerbit.