

Doc  
Mahasiswa\_388b356136d6b6e6  
d2b615b170ba9b10.pdf  
*by Cek Plagiasi*

---

**Submission date:** 27-Jan-2023 08:34PM (UTC+0500)

**Submission ID:** 2000561880

**File name:** Doc\_Mahasiswa\_388b356136d6b6e6d2b615b170ba9b10.pdf (650.72K)

**Word count:** 3999

**Character count:** 25151

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata Indonesia menjadi salah satu peranan yang sangat vital dalam menunjang sumber devisa negara. Salah satu pengembangan pariwisata yang akan selalu ada dalam kehidupan berpariwisata ialah dalam bidang perhotelan. Dalam proses perkembangannya, persaingan bisnis perhotelan harus transparan dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Tak hanya itu, mereka juga harus bisa bersaing untuk mempertahankan citra hotel terhadap konsumen. Ada beberapa faktor yang menentukan keputusan tamu dalam menginap di sebuah hotel, salah satu faktor tersebut ialah faktor lokasi. Bisnis perhotelan yang dekat dengan tempat-tempat umum seperti pujasera, pusat perbelanjaan, dll, merupakan salah satu strategi yang berperan besar dalam membangun sebuah hotel. Hal tersebut memudahkan tamu dan wisatawan dalam menemukan tempat untuk menginap di sekitar area yang strategis dan mudah untuk menjangkau tempat-tempat umum yang ramai oleh wisatawan maupun penduduk lokal. Oleh karena itu, lokasi merupakan salah satu faktor bahkan bentuk strategi yang ikut berpengaruh pada keputusan tamu dalam menginap.

Lokasi hotel dan keterkaitannya dengan berbagai aktivitas di kawasan tersebut tentunya menjadi salah satu faktor terpenting dalam memilih hotel. Bagaimanapun, hotel adalah titik rujukan bagi para wisatawan atau tamu yang ada

di sekitar hotel maupun yang tahu mengenai keberadaan hotel tersebut dari berbagai sumber. Hampir semua kegiatan wisata tamu-tamu tersebut berkaitan dengan lokasi hotel yang mereka tempati. Tak hanya itu, hampir semua rencana perjalanan mereka juga didasarkan pada lokasi dan aksesibilitas hotel.

Di balik kestrategisan lokasi sebuah hotel, tidak akan luput dari keluhan-keluhan tamu lokal maupun mancanegara yang menginap di hotel tersebut. Keluhan-keluhan tersebut tidak pernah berisi permasalahan mengenai lokasi hotel yang strategis. Namun, secara tidak langsung, tamu-tamu tersebut menyampaikan keluhan yang mengarah ke pembahasan lokasi hotel. Keluhan yang disampaikan oleh tamu-tamu ini biasanya berhubungan dengan fasilitas hotel, pelayanan staff, suasana hotel, hingga kesan terhadap hidangan yang disediakan hotel yang kemudian bisa merujuk kepada pernyataan bahwa kestrategisan lokasi-lah satusatunya hal yang bisa diangkat dari kesan dan pesan tamu saat menginap di hotel tersebut yang terbilang cukup miris apabila hanya pernyataan mengenai lokasi yang bisa menyelamatkan citra hotel di mata tamu.

Penelitian yang akan saya lakukan di Aston Inn Gideon Batam ini menjadi salah satu contoh bahwa peran lokasi dalam keputusan tamu untuk menginap di sebuah hotel itu penting. Beberapa ulasan mengenai ketidakpuasan pada fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh tamu kepada Hotel Aston Gideon-Inn ini, menjadi bukti bahwa kestrategisan lokasi-lah yang menjadi daya tarik serta alasan tamu untuk menginap di hotel ini.

Dari survei yang kami lakukan di Hotel Aston Gideon-Inn Batam, dimulai dari pertemuan dengan *human resources*, *sales*, hingga beberapa tamu, bahwa peran

39 lokasi menjadi salah satu hal yang cukup penting dalam kepuasan dan kenyamanan tamu untuk menginap disana. Beberapa tamu menganggap ...

Dari observasi awal ketika kami berkunjung kesana, hotel Aston GideonInn yang lokasinya strategis ini tidak selamanya menjadi hal yang bisa dibanggakan. Di balik lokasinya yang terbilang strategis ini, ada beberapa keluhan dan masalah yang bisa diatasi dan tidak bisa diatasi dalam jangka waktu yang pendek. Beberapa keluhan atau masalah itu berupa lingkungan sekitar hotel yang ramai cenderung mengakibatkan suara-suara yang mengganggu kenyamanan tamu yang menginap. Ada pula tamu yang berkomentar mengenai kamarnya yang menghadap ke proyek pembangunan dan tidak bisa dinikmati pemandangannya. Selain itu, parkir yang disediakan hotel tidak memadai dikarenakan terlalu kecil dan sempit, serta bersifat dua arah di jalan yang sama.

31 Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Peran Lokasi Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Aston Gideon-Inn Batam”**.

## 27 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka batasan masalah yang diangkat kedalam judul ini adalah peneliti memfokuskan kepada peran 13 lokasi terhadap keputusan tamu menginap di hotel Aston Gideon-Inn Batam

## 25 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

30  
1.3.1 Bagaimana peran lokasi terhadap keputusan tamu menginap di hotel Aston

Gideon-Inn Batam?

1.3.2 Bagaimana keputusan tamu dalam menginap di hotel Aston Gideon-Inn yang letaknya strategis?

#### 37 1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Mengetahui peran lokasi terhadap keputusan tamu menginap di hotel Aston Gideon-Inn Batam.

23  
1.4.2 Mengetahui keputusan tamu dalam menginap di hotel Aston Gideon-Inn yang letaknya strategis.

#### 33 1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Mahasiswa, menambah wawasan mahasiswa atau mahasiswi perhotelan dalam mengetahui peran lokasi dalam membangun sebuah hotel.

1  
1.5.2 Bagi Kampus, meningkatkan hubungan yang erat antara politeknik pariwisata dengan instansi/hotel tempat mahasiswa ataupun mahasiswi melaksanakan penelitian.

1.5.3 Bagi Hotel, dapat berpartisipasi dalam upaya memajukan pembangunan pendidikan dengan menerima mahasiswa atau mahasiswi yang ingin mengikuti *training* di hotel tersebut.

**1.5.4** Bagi Pembaca, mendorong pembaca untuk melihat sudut pandang tamu terhadap lokasi hotel yang strategis dengan kualitas pelayanan serta fasilitas yang kurang setara.

38

## **1.6 Definisi Istilah**

### **1.6.1 Peran**

Peran adalah suatu tindakan yang berhubungan dengan tanggung jawab yang harus dilakukan suatu individu dalam suatu peristiwa sesuai dengan status dan kedudukannya.

### **1.6.2 Lokasi**

4

Lokasi adalah letak suatu perusahaan agar barang dan jasa yang ditawarkan sampai ke target pemasaran yang sudah ditentukan di sekitaran are tersebut.

### **1.6.3 Keputusan Menginap**

Keputusan pembeli atau tamu untuk menentukan faktor-faktor dalam pembelian barang atau jasa tersebut agar

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

3

## **2.1 Pengertian Peran**

Pengertian Peran Peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang mempunyai suatu status (Horton, 1999). Status atau kedudukan didefinisikan sebagai suatu peringkat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok, atau posisi suatu kelompok dalam hubungannya dengan kelompok lainnya. Setiap orang

mungkin mempunyai sejumlah status dan diharapkan mengisi peran sesuai dengan status tersebut. Dalam arti tertentu, status dan peran adalah dua aspek dari gejala yang sama. Status adalah seperangkat hak dan kewajiban, sedangkan peran adalah pemeranan dari seperangkat kewajiban dan hak-hak tersebut (Horton, 1999). Peranan atau peran (role) merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan (Soekanto, 2002). Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain. Peranan diatur oleh norma-norma yang berlaku. Misalnya, norma kesopanan menghendaki agar seorang laki-laki bila berjalan bersama seorang wanita, harus di sebelah kiri (Soekanto, 2002). Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan kemasyarakatan. Posisi seseorang dalam masyarakat (yaitu social-position) merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi, seseorang menduduki satu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan. Peranan mungkin mencakup tiga hal, yaitu:

- a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
- b. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat (Soekanto, 2002).

14  
Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, peran adalah perangkah tingkah seseorang yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dimasyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran yaitu suatu pola tingkah laku yang merupakan ciri-ciri khas yang dimiliki seseorang sebagai pekerjaan atau jabatan yang berkedudukan dimasyarakat (Sari, 2017).

## 2.2 Lokasi

### 2.2.1 Pengertian Lokasi

6  
Untuk dapat menggambarkan pengertian dari Lokasi peneliti sertakan beberapa pendapat ahli mengenai definisi dari Lokasi sebagai berikut :

- 1) Lokasi menurut Tjiptono (2015), lokasi menekankan pada marketing activities dimana penjual berupaya mempermudah suatu barang maupun jasa yang di tawarkan dapat segera dikonsumsi oleh konsumen
- 2) Sedangkan menurut Menurut Heizer dan Render (2015), lokasi adalah suatu faktor yang mempengaruhi biaya maupun pendapatan yang seringkali dapat mempengaruhi suatu strategi bisnis dan lokasi diharapkan dapat memberikan memaksimalkan keuntungan yang didapat dari perusahaan.

3) Menurut Fandy (Tjiptono 2015) dalam (Tanjung, 2020), lokasi yang baik akan mengacu pada berbagai aktivitas suatu pemasaran yang berusaha agar memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran suatu barang atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa Lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menetapkan tempat usaha tersebut berdiri dengan harapan produk maupun jasa lebih mudah dikonsumsi oleh pembeli yang bertujuan dapat memberikan keuntungan secara maksimal.

### 2.2.2 Indikator Lokasi

Dalam penelitian ini dimensi yang digunakan penulis untuk mengukur Lokasi dengan menggunakan indikator atau penentu Lokasi menurut Fure, (2013) yaitu:

- 1) Ketersediaan lahan parkir
- 2) Memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau
- 3) Lokasi dilalui banyak alat transportasi
- 4) Lokasi yang strategis

Menurut (Tjiptono and Candra 2012) pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah. Dari latar belakang dan penjelasan riset terdahulu serta teori yang mendasari maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan lokasi terhadap keputusan menginap tamu di Aston Inn Gideon Batam.

## 2.3 Definisi Keputusan Menginap

<sup>17</sup> Keputusan menginap dalam penelitian ini mengadopsi dari teori keputusan pembelian karena keduanya mempunyai karakteristik yang sama yang artinya yang datang ke hotel pasti akan melakukan aktivitas dalam kegiatan pembelian produk-produk yang ada di hotel berupa kamar, fasilitas, serta pelayanan. Menurut Suryani (2013), <sup>13</sup> keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil individu karena stimuli (rangsangan), baik yang berasal dari luar individu maupun hal-hal yang ada pada individu sendiri.

Keputusan menginap sama dengan keputusan pembelian karena seorang tamu memutuskan untuk menginap dalam hal pembelian kamar, fasilitas, serta pelayanan di hotel yang akan dia tempati untuk bermalam.

## 2.4 Definisi Tamu

- <sup>9</sup>
- a) Menurut Bambang Sujatno (2006), tamu adalah orang-orang yang menghendaki pelayanan yang disediakan oleh hotel. Tamu adalah orang-orang yang sangat penting yang menggunakan fasilitas hotel. Tamu bukanlah benda mati, tetapi manusia yang mempunyai perasaan, emosi, rasa suka dan curiga.
  - b) Di lain pihak, menurut Bagyono (2003), tamu adalah orang yang telah mendaftarkan dan menginap di hotel.

Dari kedua pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa tamu adalah seorang manusia yang mempunyai perasaan dan emosi yang menginap di hotel serta menggunakan fasilitas hotel.

## 2.5 `Kajian Empiris

<sup>15</sup> Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji:

**Tabel 2.1 Kajian Empiris**

| No | Penulis dan Tahun                 | Judul Penelitian                                            | Hasil Penelitian                                                                               | Perbedaan                          | Persamaan                                                                             |
|----|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Hapsawati Taan, Zulfia K.         | Fasilitas dan Lokasi Terhadap                               | Fasilitas, dan lokasi secara                                                                   | Tempat Penelitian                  | Semakin optimal fasilitas dan                                                         |
|    | Abdussamad, Indra Palangka (2020) | Keputusan Konsumen Menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo | bersamasama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo | Waktu Penelitian Metode Penelitian | <sup>22</sup> lokasi, maka akan mendorong tingginya keputusan konsumen dalam menginap |

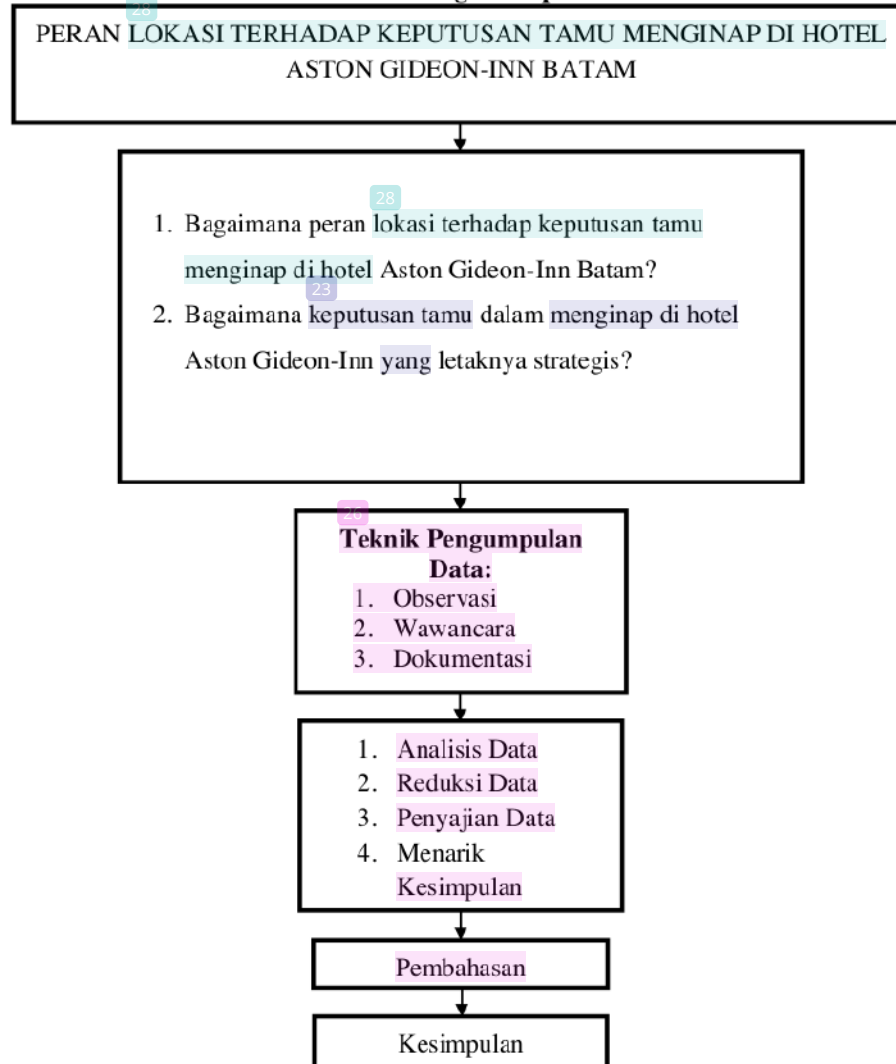
|    |                                    |                                                                                                                                         |  |                                                                             |                                                                                                                                                                                           |
|----|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | 35<br>Dewi<br>Kurniawati<br>(2017) | Pengaruh<br>Bauran<br>Pemasaran<br>Jasa<br>Terhadap<br>Keputusan<br>Menginap<br>Konsumen<br>Pada Hotel<br>Syariah<br>Arini<br>Surakarta |  | Tempat<br>Penelitian<br><br>Waktu<br>Penelitian<br><br>Metode<br>Penelitian | Menyatakan<br>bahwa lokasi<br>yang baik dan<br>strategis bagi<br>kebutuhan dan<br>keinginan<br>konsumen tentu<br>akan mampu<br>meningkatkan<br>keputusan<br>konsumen<br>untuk<br>menginap |
| 3. | Yanti                              | Peranan                                                                                                                                 |  |                                                                             | Sama-sama ada                                                                                                                                                                             |

|    |                                                                  |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                      |                                                                             |                                                                                                                                                        |
|----|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Mandasari<br>(2016)                                              | Bauran<br>Pemasaran<br>Terhadap<br>Keputusan<br>Konsumen<br>Untuk<br>Menginap<br>Di Hotel<br>Santika Di<br>Pontianak                   |                                                                                                                                                      |                                                                             | membahas<br><br>kondisi<br>parkiran yang<br>disediakan<br>hotel yang<br>dimana hal<br>tersebut<br>berhubungan<br>dengan lokasi<br>hotel.               |
| 4. | Stefanie <sup>29</sup><br>Kusuma Ali,<br>Dicky Larson<br>Simdani | Analisa<br>Pengaruh<br>Lokasi dan<br>Servicescape<br>Terhadap<br>Keputusan<br>Menginap<br>Konsumen <sup>30</sup><br>Pohon Inn<br>Hotel | Nilai<br>koefisien<br>beta<br>terbesar<br>adalah<br>untuk<br>variabel<br>Lokasi (X1)<br>sebesar<br>0.287<br>artinya<br>secara<br>parsial<br>variabel | Tempat<br>Penelitian<br><br>Waktu<br>Penelitian<br><br>Metode<br>Penelitian | Sama-sama<br>membahas <sup>40</sup><br>lokasi sebagai<br>salah satu<br>faktor yang<br>penting dalam<br>keputusan<br>tamu/konsumen<br>untuk<br>menginap |

|    |  |  |                                                                                                                    |  |  |
|----|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|    |  |  | Lokasi (X1)<br>memberikan<br>pengaruh<br>yang paling<br>dominan<br>terhadap<br>Keputusan<br>Mengingat<br>Konsumen. |  |  |
| 5. |  |  |                                                                                                                    |  |  |
|    |  |  |                                                                                                                    |  |  |

2.6

### Kerangka Berpikir



Tabel 2.2 Kerangka Berpikir

4

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif. Yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai fenomena yang terjadi pada masa sekarang, serta untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau sifat-sifat dan hubungan antara fenomena yang diteliti (Moleong, 2007: 21).

Menurut Creswell<sup>4</sup>, pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian ini bersifat interpretatif menggunakan pendekatan kualitatif, metode kualitatif memungkinkan peneliti mendekati data sehingga mampu mengembangkan komponen-komponen keterangan yang analitis, konseptual dan kategoris dari data itu sendiri dan bukannya teknik-teknik yang telah dikonsepsikan sebelumnya. Tersusun secara kaku dan dikuantifikasikan secara tinggi yang memasukan dunia sosial empiris kedalam definisi operasional yang telah disusun peneliti.

Menurut Basrowi Sadikin sendiri<sup>4</sup>, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Melalui penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Menurut definisi ini penelitian kualitatif menghasilkan data interpretatif sehingga merupakan rinci dari suatu fenomena yang diteliti. Kirk dan Miller mendefinisikan kualitatif adalah

tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada manusia dalam kawasannya tersendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan dalam peristilahan.

### <sup>21</sup> 3.2 Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

- <sup>11</sup>  
1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk mnjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Indriantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79) <sup>32</sup> Pada penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara dari informan.
- <sup>8</sup>  
2. Data Sekunder merupakan data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik biasanya tersedia pada kantor-kantor pemerintahan, biro jasa data, perusahaan swasta atau badan lain yang berhubungan dengan penggunaan data. ( Mochar, 2002:113) Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari lembaga

maupun perusahaan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini berupa data-data sales.

### 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dilakukan di Aston Gideon-Inn, Jl. Komp. Penuin Centre No.1, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juli 2022 sampai bulan Januari 2022.

### 3.4 Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran ( Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862).

Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini, adalah peran lokasi

2. Obyek Penelitian Yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian ( Kamus Bahasa Indonesia; 1989: 622). Menurut (Supranto 2000: 21) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Obyek penelitian dalam tulisan ini yaitu keputusan tamu menginap. Pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan beberapa metode diantaranya yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

### 3.5 Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Wawancara

<sup>1</sup> Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan atau yang telah diberikan (Moleong:2014). Wawancara dilakukan dengan beberapa informan baik seorang informan kunci dan informan tambahan sebagai informan pendukung. Peneliti melakukan wawancara lisan terhadap informan kunci, dibuktikan dengan rekaman kemudian disalin dalam bentuk teks yang dituangkan dalam penelitian ini.

Peneliti juga melakukan wawancara secara tertulis dengan mengajukan kepada informan baik informan kunci maupun informan pendukung dalam penelitian ini dengan mengajukan beberapa daftar pertanyaan sebagai bahan referensi atau pendukung pemecahan masalah dalam penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara struktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka langsung maupun melalui telepon, pada penelitian ini teknik wawancara yang digunakan peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dan tidak struktur.

#### 3.5.2 Observasi

Observasi merupakan suatu metode atau cara untuk menganalisis dan melakukan pencatatan yang dilakukan secara sistematis, tidak hanya terbatas dari orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiono:2010). Observasi adalah pencarian data dengan pengamatan secara langsung dan mempelajari hal-hal yang

berhubungan dengan penelitian secara langsung. Observasi dilaksanakan di Departemen Sales yang ada di Aston Gideon-Inn.

<sup>1</sup> Pada penelitian kualitatif teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi sangat diperlukan, observasi dilakukan peneliti dengan melakukan beberapa kali survei di Hotel, kemudian memilih lokasi penelitian untuk dilakukan penelitian dengan berbagai macam pertimbangan-pertimbangan setelah diadakannya rangkaian survei. Dalam hal ini observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung tentang topik penelitian.

### 3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015) merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi merupakan alat pendukung dalam penelitian, dokumentasi termasuk salah satunya gambaran keadaan atau situasi <sup>1</sup> hotel. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data tertulis, seperti ulasan-ulasan tamu di situs Online Travel Agent yang didukung dengan alat dokumentasi berupa alat perekam dan handphone.

### <sup>7</sup> 3.6 Teknik Analisis Data

1. Pengumpulan data Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk

menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

2. Reduksi data Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan di verifikasi.
3. Penyajian data Penyajian data adalah kegiatan mengelompokkan data yang telah direduksi. Pengelompokkan data dilakukan dengan menggunakan label atau lainnya.
4. Penarikan kesimpulan (verifikasi) Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan.

### **3.7 Uji Kredibilitas Data**

Uji Kredibilitas (credibility) merupakan uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif (Prastowo, 2012: 266). Moleong (2016: 324) menyatakan bahwa uji kredibilitas ini memiliki dua fungsi, yaitu fungsi pertama untuk melaksanakan pemeriksaan sedemikian rupa tingkat kepercayaan penemuan kita dapat dicapai, dan fungsi yang kedua untuk mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan kita dengan jalan pembuktian terhadap kenyataan ganda yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini untuk uji kredibilitas (credibility) peneliti menggunakan triangulasi. Moleong (2016: 330) menjelaskan bahwa triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut untuk keperluan pengecekan data, atau sering disebut bahwa triangulasi sebagai pembanding data. Dijelaskan juga oleh Sugiyono (2015: 372)

triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada, triangulasi ini memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data penelitian, dengan tujuan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data penelitian yang diperoleh

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Sugiyono (2015:373) mengungkapkan bahwa triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Penerapan metode ini dapat dicapai dengan cara membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara, dan dokumentasi. Maksudnya membandingkan apa yang dilakukan (responden), dengan keterangan wawancara yang diberikannya dalam wawancara tetap konsisten dan di tunjang dengan data dokumentasi berupa foto serta data lainnya seperti jurnal ilmiah, penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

#### **BAB IV**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Profil Hotel



Nama Perusahaan : **ASTON**

<sup>18</sup>  
Hotel : Aston Inn Gideon Batam

Alamat Perusahaan : Jl. Komp. Penuin Centre No.1, Batu Selicin, Kec.

Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444

Departemen : *Sales*

No. Telp : +628117036389 / +62778 430420

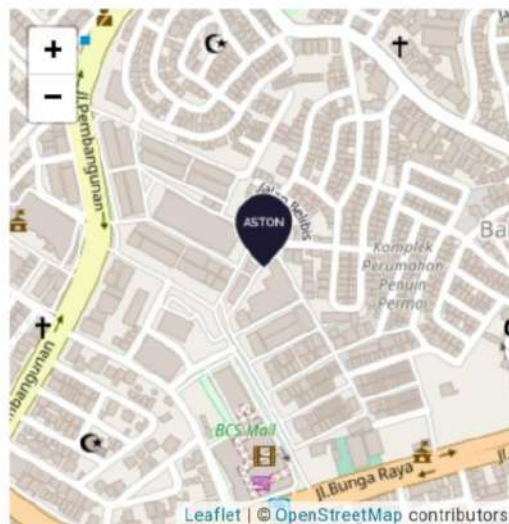
E-mail : batamgideoninfo@astonhotelsinternational.com

Website : astonhotelsinternational.com

<sup>2</sup>  
Aston Inn Gideon Batam adalah **ASTON** terbaru yang letaknya strategis di area **Penuin** yang merupakan area ternama di Batam yang terkenal dengan tempat-tempat perbelanjaannya, tempat hiburannya, dan tidak jauh dari sana, terdapat pusat perbelanjaan BCS (Batam City Square) dan arena perbelanjaan Grand Batam. Aston Inn Gideon Batam <sup>2</sup> berjarak 25 menit dari bandara internasional Hang Nadim dan 12 menit dari terminal Harbour Bay Ferry.

Hotel Aston sendiri terdiri atas 159 kamar yang nyaman, dengan 6 jenis tipe: Superior, Deluxe, Premier, Executive Suites, Family and Family Suites. Memiliki jumlah kamar terbanyak sebagai hotel bintang 3 di area Penuin, siap menjadikan Aston Inn Gideon sebagai hotel terkemuka yang menyediakan berbagai fasilitas, termasuk layanan spa, restoran modern, Wi-Fi berkecepatan tinggi di seluruh area hotel, dan ruang pertemuan luas yang dapat menampung hingga 300 tamu.

#### 4.1.2 Lokasi Hotel



Sumber: openstreetmap

| <i>Destination</i> | <i>Distance</i> | <i>Time</i> | <i>By</i> |
|--------------------|-----------------|-------------|-----------|
|--------------------|-----------------|-------------|-----------|

|                                             |               |                  |                |
|---------------------------------------------|---------------|------------------|----------------|
| <i>Grand Batam Mall</i>                     | <i>500 m</i>  | <i>5 minute</i>  | <i>walking</i> |
| <i>A2 Foodcourt</i>                         | <i>200 m</i>  | <i>1 minute</i>  | <i>walking</i> |
| <i>BCS Mall</i>                             | <i>300 m</i>  | <i>2 minute</i>  | <i>walking</i> |
| <i>Harbour Bay Ferry<br/>Terminal</i>       | <i>4,5 km</i> | <i>12 minute</i> | <i>car</i>     |
| <i>Batam Centre Ferry<br/>Terminal</i>      | <i>6 km</i>   | <i>15 minute</i> | <i>car</i>     |
| <i>Batam's Government<br/>District</i>      | <i>5,7 km</i> | <i>15 minute</i> | <i>car</i>     |
| <i>Hang Nadim<br/>International Airport</i> | <i>16 km</i>  | <i>25 minute</i> | <i>car</i>     |

#### 4.1.3 Fasilitas Hotel Aston Inn Gideon

##### 1). Kamar Hotel

| <b>1</b><br>No. | Tipe Kamar      | Jumlah Kamar |
|-----------------|-----------------|--------------|
| <b>1</b>        | Superior Room   | 98           |
| <b>2</b>        | Deluxe Room     | 25           |
| <b>3</b>        | Premier Room    | 20           |
| <b>4</b>        | Family Room     | 3            |
| <b>5</b>        | Executive Suite | 8            |

|   |              |   |
|---|--------------|---|
| 6 | Family Suite | 4 |
|---|--------------|---|

a). Superior Room



2 Luas dan nyaman, Kamar Superior seluas 26 meter persegi Aston Inn Gideon adalah kamar hotel standar terbesar di daerah Penuin. Menampilkan Wi-Fi gratis, TV layar datar 42 inci dan fasilitas pembuat kopi dan teh, kamar ini cocok untuk pelancong bisnis atau rekreasi.

b). Deluxe Room



2 Dengan ruang tambahan untuk bersantai selama perjalanan bisnis atau liburan tamu-tamu di Batam, kamar Deluxe seluas 31 meter persegi Aston Inn Gideon memiliki fasilitas semua dalam kamar yang diharapkan dari hotel bintang 3 berstandar internasional.

#### c). Premiere Room



2 Luas dan fungsional, Kamar Premier seluas 33 meter persegi Aston Inn Gideon dilengkapi dengan tempat tidur King yang nyaman, TV 42 ", dapur, dan lemari es mini. Cocok untuk perjalanan bisnis yang produktif atau liburan liburan, kamar ini tersedia dalam pilihan merokok dan bebas rokok berdasarkan permintaan.

d). Executive Suite



Berikut terdapat <sup>2</sup> Suite Executive seluas 60 meter persegi Aston Inn Gideon yang elegan. Menampilkan ruang tamu dan ruang makan terpisah, akses WiFi gratis, dan adaptor global untuk masa inap bisnis atau rekreasi yang menyenangkan.

<sup>2</sup>  
e). Family Room



Cocok untuk mereka yang bepergian dalam kelompok, bersama keluarga atau dengan teman. Kamar Keluarga Aston Inn Gideon memiliki dua kamar tidur untuk menambah kenyamanan, kelapangan dan privasi, lengkap dengan fasilitas berstandar internasional, TV 42 ", pantry,

kulkas mini, pengering rambut, ketel, dan brankas. Tersedia dengan pilihan tempat tidur queen dan satu tempat tidur single atau tempat tidur triple single.

<sup>2</sup>  
f) Family Suite



Didesain dengan cermat untuk keluarga, Family Suite Aston Inn Gideon yang luas adalah kombinasi sempurna antara kenyamanan dan kemudahan dengan ruang tamu dan ruang makan terpisah. Lengkap dengan fasilitas berstandar internasional, AC super cool, dan nuansa homey yang nyaman, tamu yang membawa keluarganya akan menikmati masa inap yang santai dan berkesan di Batam.

2). Meeting Room

a) Cendana Meeting Room



Cendana Meeting Room merupakan meeting room terbesar yang dimiliki oleh Aston Inn Gideon Batam. Terdapat Cendana Meeting Room 1 dan Cendana Meeting Room 2 yang berukuran 211 km<sup>2</sup>, kapasitas Cocktail: 330 orang, kapasitas kelas: 150 orang, kapasitas teater: 300 orang, kapasitas meja bundar: 150 orang, dan U shape: 80 orang.

b) Pinus Meeting Room



Pinus Meeting Room merupakan meeting room lain yang Aston Inn Gideon yang memiliki ukuran 89 km<sup>2</sup>, kapasitas cocktail: 95 orang, kapasitas kelas: 40 orang, kapasitas teater: 80 orang, kapasitas meja bundar: 50 orang, dan U shape: 30 orang.

3). Restaurant



Bamboo Restaurant merupakan restaurant Aston Inn Gideon yang luas dapat menampung hingga 150 tamu dan merupakan tempat para tamu yang menginap di Aston Inn Gideon untuk sarapan, makan siang, atau makan malam. Bamboo Restaurant menyediakan hidangan asli Indonesia dan Internasional yang dibuat dari bahan-bahan segar yang dibuat oleh koki berbakat yang ada di Aston Inn Gideon.

#### 4). Spa

Spa di Aston Inn Gideon merupakan salah satu fasilitas yang dimiliki yang menyediakan kebutuhan tamu untuk merasakan pijat kaki relaksasi hingga perawatan peremajaan kulit yang komprehensif.



ORIGINALITY REPORT

---

65%

SIMILARITY INDEX

63%

INTERNET SOURCES

28%

PUBLICATIONS

48%

STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

1

Submitted to vitka

Student Paper

11%

2

[www.astonhotelsinternational.com](http://www.astonhotelsinternational.com)

Internet Source

7%

3

[library.walisongo.ac.id](http://library.walisongo.ac.id)

Internet Source

7%

4

[docplayer.info](http://docplayer.info)

Internet Source

6%

5

[repository.iainpurwokerto.ac.id](http://repository.iainpurwokerto.ac.id)

Internet Source

6%

6

[e-journal.umaha.ac.id](http://e-journal.umaha.ac.id)

Internet Source

3%

7

[eprints.unisnu.ac.id](http://eprints.unisnu.ac.id)

Internet Source

3%

8

[ojs.ustj.ac.id](http://ojs.ustj.ac.id)

Internet Source

2%

9

[blog-pariwisata.blogspot.com](http://blog-pariwisata.blogspot.com)

Internet Source

2%

---

|    |                                                                                                                   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 10 | <a href="http://repo.apmd.ac.id">repo.apmd.ac.id</a><br>Internet Source                                           | 2% |
| 11 | <a href="http://repository.universitasbumigora.ac.id">repository.universitasbumigora.ac.id</a><br>Internet Source | 1% |
| 12 | <a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a><br>Internet Source                                                     | 1% |
| 13 | <a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a><br>Internet Source                 | 1% |
| 14 | <a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a><br>Internet Source                                               | 1% |
| 15 | Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia<br>Student Paper                                                    | 1% |
| 16 | Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur<br>Student Paper                            | 1% |
| 17 | <a href="http://vdocs.ro">vdocs.ro</a><br>Internet Source                                                         | 1% |
| 18 | <a href="http://www.bimtekpusdiklatlsmap.com">www.bimtekpusdiklatlsmap.com</a><br>Internet Source                 | 1% |
| 19 | <a href="http://jurnal.pelitabangsa.ac.id">jurnal.pelitabangsa.ac.id</a><br>Internet Source                       | 1% |
| 20 | Submitted to Universitas Diponegoro<br>Student Paper                                                              | 1% |

|    |                                                                                                                                                                                             |      |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 21 | <a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                  | 1 %  |
| 22 | <a href="https://jurnal.stiekma.ac.id">jurnal.stiekma.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                          | 1 %  |
| 23 | Nidia Wulansari, Youmil Abrian, Arif Adrian.<br>"PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU<br>KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN<br>MENGINAP", Jurnal Manajemen Terapan dan<br>Keuangan, 2022<br>Publication | <1 % |
| 24 | <a href="https://jurnal.unmuhjember.ac.id">jurnal.unmuhjember.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                  | <1 % |
| 25 | <a href="https://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                          | <1 % |
| 26 | <a href="https://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                        | <1 % |
| 27 | <a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                          | <1 % |
| 28 | <a href="https://ejournal.upbatam.ac.id">ejournal.upbatam.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                      | <1 % |
| 29 | <a href="https://repository.radenfatah.ac.id">repository.radenfatah.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                            | <1 % |
| 30 | <a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                            | <1 % |

|    |                                                                                                                                                                         |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 31 | <a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                   | <1 % |
| 32 | <a href="http://eprints.poltektegal.ac.id">eprints.poltektegal.ac.id</a><br>Internet Source                                                                             | <1 % |
| 33 | <a href="http://www.repository.uinjkt.ac.id">www.repository.uinjkt.ac.id</a><br>Internet Source                                                                         | <1 % |
| 34 | <a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                       | <1 % |
| 35 | <a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                       | <1 % |
| 36 | <a href="http://wisuda.unissula.ac.id">wisuda.unissula.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                     | <1 % |
| 37 | <a href="http://kti-d3kebidanan.blogspot.com">kti-d3kebidanan.blogspot.com</a><br>Internet Source                                                                       | <1 % |
| 38 | <a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a><br>Internet Source                                                                                           | <1 % |
| 39 | <a href="http://jurnalibukota.wordpress.com">jurnalibukota.wordpress.com</a><br>Internet Source                                                                         | <1 % |
| 40 | <a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                 | <1 % |
| 41 | Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli,<br>Indah Nur Agustiani, Rudi Yanto Batara<br>Silalahi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan,<br>Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan | <1 % |

# Menginap di Travelodge Hotel Batam", Tourism Scientific Journal, 2022

Publication

---

---

Exclude quotes      Off

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---