

Done BAB 1 - 5 (Winny) - Revised Done

by Open Turnitin

Submission date: 25-Jan-2024 05:19PM (UTC+1000)

Submission ID: 2278057028

File name: Done_BAB_1_-_5_Winny_-_Revised_Done.docx (2.17M)

Word count: 14454

Character count: 89386

**PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI SWISS-BELHOTEL HARBOUR BAY**

PROYEK AKHIR



OLEH

WINNY

2020010011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2023



PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI
SWISS-BELHOTEL HARBOUR BAY

PROYEK AKHIR

Diajukan kepada

Politeknik Pariwisata Batam

untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program

Diploma IV

Manajemen Divisi Kamar

OLEH

WINNY

2020010011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM

2023

Proyek akhir oleh Wasey ini akan diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Batas, 23 Januari 2024

Pembimbing,



Dr. Agus Edy Wibawa, S.E., M.Si

NIDN. 1005067004

85

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winny

Nim : 2020010011

Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 23 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,


Winny

ABSTRAK

Winny, 2023, Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Swiss-BelHotel

Harbour Bay Batam Tugas Akhir,

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam.

Pembimbing: Dr. Agung Edy Wibowo, S.E., M. Si.

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor dari lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner secara online kepada 50 responden yang pernah menginap di Hotel Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam serta melakukan observasi langsung di lokasi penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara positif sebesar 0,756 terhadap keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Temuan ini didukung oleh hasil uji T, di mana signifikansi variabel lokasi adalah $0,079 > 0,05$, dan nilai T_{hitung} sebesar $1,797 > 1,984$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Kata Kunci: Pengaruh, Lokasi, Keputusan Menginap

ABSTRACT

Windy, 2023. *The Influence of Location on Staying Decisions at Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam Final Project.*

Room Division Management Study Program, Batam Tourism Polytechnic.

Instructor: Dr. Agung Edy Wibowo, S.E., M.Si.

The purpose of this study was to determine whether the factor of location affects the decision to stay at Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam. The type of research used is quantitative research. Data collection was carried out through an online questionnaire to 50 respondents who had stayed at the Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam Hotel and made direct observations at the research location. The data analysis technique uses multiple regression analysis.

The results of this study indicate that the location variable has a positive effect of 0.756 on the decision to stay at Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. This finding is supported by the T test results, where the significance of the location variable is $0.079 > 0.05$, and the calculated T value is $1.797 > 1.984$. Therefore, it can be concluded that the location variable has no partial and significant effect on overnight stay decisions.

Keywords: Influence, Location, Staying Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Swiss-BellHotel Harbour Bay”.¹ Penulisan proyek akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan D4 di kampus Politeknik Pariwisata Batam (PPB).

Dalam penulisan proyek akhir ini tentunya tidak lepas dari kekarangan, baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penulisan yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar – besarnya atas bantuan motivasi, didikan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama ini, antara lain kepada yang terhormat:

- ⁸⁴1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi yang telah memberikan dukungan bantuan pendanaan dari Program Talenta Inovasi Indonesia.
- ¹2. Bapak M. Nur A. Nasution, S. Sos., M.Pd., CHA, selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam.
3. Bapak Supardi S. Pd, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam.
- ¹4. Bapak Dr. Agung Edy Wibowo, S.E., M. Si selaku dosen pembimbing dalam menyelesaikan proyek akhir penulis.

5. Bapak dan Ibu selaku dosen penguji I dan dosen penguji II dalam sidang proyek akhir penulis.
 6. Seluruh jajaran dosen, staf akademik, dan pihak manajemen lainnya di Politeknik Pariwisata Batam.
 7. Bapak Danang selaku Front Office Manager Swiss-BelHotel Harbour Bay yang telah memberikan izin dan bersedia membantu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
 8. Alm. Papa Abunsani, Almh. Mama HuiCu, Abang Andi Hariyanto, serta Kakak Ipar Cristina yang selalu mendukung.
 9. Kekasih penulis Steven yang selalu membantu saya.
 10. Vividya, Vinadya, Jacelyn Valencia, Niken Natalia, Noviana, Michelle Phan, Stephanie Millenia dan Christine selaku teman yang selalu membantu saya dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
- Penulis berharap semoga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Batam, 22 Januari 2024

Winnie

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Lembar Logo	i
14 Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan dan Pembimbing	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xii
Daftar Bagan	xiv
Daftar Lampiran	xv
1 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat bagi penulis	7
1.5.2 Manfaat bagi institusi	7
1.5.3 Manfaat bagi tempat penelitian	7
1.6 Definisi Istilah	7
1.6.1 Definisi Lokasi	7
1.6.2 Definisi Keputusan Menginap	8
1 BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Lokasi	9

59	2.2.1	Definisi Lokasi	9
	2.2.2	Dimensi Lokasi	10
	2.2.3	Faktor-Faktor yang dipertimbangkan dalam Penentuan Lokasi	13
	2.2	Teori Keputusan Menginap	14
55	2.2.1	Definisi Keputusan Menginap	14
	2.2.2	Dimensi Keputusan Menginap	16
	2.2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Tamu	18
	2.3	Grand Teori Menurut Kotler dan Keller (2016)	20
	2.4	Kajian Empiris	21
	2.5	Kerangka Berpikir	23
	2.6	Hipotesis	23
	BAB III METODE PENELITIAN		25
	3.1	Desain Penelitian	25
	3.2	Populasi & Sampel	25
	3.2.1	Populasi	26
	3.2.2	Sampel	27
1	3.3	Operasional Variabel	27
	3.3.1	Operasional Variabel Penelitian	27
	3.3.2	Skala Pengukuran Variabel	28
	3.3.3	Jenis Data	30
	3.4	Metode Pengumpulan Data	30
	3.4.1	Kuesioner	30
	3.4.2	Wawancara	31
	3.4.3	Observasi	31
	3.4.4	Dokumentasi	32
	3.5	Teknis Analisis Data	32
	3.5.1	Analisis Deskriptif	32
	3.5.2	Uji Validitas & Reliabilitas	33
	3.5.3	Uji Asumsi Klasik	35
	3.5.4	Analisis Regresi Linear	36
	3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	38
	BAB IV PEMBAHASAN		39

95	4.1 Hasil Analisis Data.....	39
35	4.1.1 Profil Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam.....	39
	4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
	4.1.3 Uji Analisis Deskriptif.....	45
	4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
	4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	53
	4.1.6 Analisis Regresi Linear.....	55
46	4.2 Pembahasan.....	57
	BAB V PENUTUP.....	59
	5.1. Kesimpulan.....	59
	5.2. Saran.....	59
	5.2.1. Saran kepada Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam.....	59
78	5.2.2. Saran untuk peneliti selanjutnya.....	60
	Daftar Pustaka.....	ix
	Lampiran.....	xii
	Riwayat Hidup.....	xxv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Guest comment</i> Swiss-Belhotel Harbour Bay	5
Gambar 1. 2 <i>Guest comment</i> Swiss-Belhotel Harbour Bay	5
Gambar 2. 1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 4. 1 Logo Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam	39
Gambar 4. 2 Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam	40
Gambar 4. 3 Scatterplot Heterokedastisitas	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Data <i>Occupancy</i> Hotel Swiss – Bel Hotel Harbour Bay	26
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	29
Tabel 3. 4 Nilai Variabel Penelitian	29
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4. 2 Usia Responden	42
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden	43
Tabel 4. 4 Domisili Responden	43
Tabel 4. 5 Pendapatan Perbulan Responden	44
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Mean Variabel Lokasi (X1)	45
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Mean Variabel Keputusan Menginap (Y1)	47
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Lokasi (X1).....	48
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y1)	49
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)	51
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menginap (Y).....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas	54
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4. 15 Uji T	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	23
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	xii
Lampiran 2: Surat Pengantar Penelitian	xiii
Lampiran 3: Kuisioner Penelitian	xiv
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X).....	xviii
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y)	xviii
Lampiran 6: Hasil Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel Lokasi	xix
Lampiran 7: Hasil Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel Keputusan Menginap ...	xix
Lampiran 8: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi.....	xx
Lampiran 9: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menginap	xx
Lampiran 10: Tabulasi Data Variabel Lokasi	xx
Lampiran 11: Tabulasi Data Variabel Keputusan Menginap.....	xxi
Lampiran 12: Dokumentasi Foto	xxiii
Lampiran 13: <i>Curriculum Vitae</i>	xxiv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah suatu jenis usaha atau suatu proses dengan nilai ekonomi yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang atau jasa sebagai satu kesatuan produk, baik yang tampak atau *tangible* maupun yang tidak tampak atau *intangible* (Sulastiyono, 2016). Perekonomian banyak negara bergantung pada industri pariwisata sebagai sumber pemasukan dan sumber pajak bagi bisnis yang menjual layanan kepada wisatawan. Oleh karena itu, mengembangkan industri pariwisata merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mempromosikan daerah tertentu sebagai daerah wisata dalam rangka meningkatkan perdagangan dengan menjual barang atau jasa kepada orang asing. Salah satu bisnis yang berperan penting dalam industri pariwisata adalah hotel.

Hotel adalah sebuah usaha bisnis akomodasi yang menyediakan fasilitas penginapan umum yang telah dilengkapi dengan layanan makanan, minuman, jasa pelayanan kamar, laundry, dan seluruh perlengkapan kamar sesuai ketentuan persyaratan yang ditetapkan (Chair & Pramudia, 2017). Industri perhotelan merupakan salah satu industri yang terus berkembang dan menjadi sangat penting dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti meningkatnya waktu luang, perubahan gaya hidup masyarakat yang memilih untuk menghabiskan waktu liburannya dengan bepergian ke luar kota atau luar negeri, dan para pebisnis yang mengadakan pertemuan di luar kota.

75 Dalam membangun sebuah hotel diperlukan sebuah tempat dimana hotel tersebut akan berlokasi. Tempat atau lokasi merupakan 61 pendorong biaya dan pendapatan, sehingga lokasi sering kali memiliki kekuatan untuk menciptakan strategi bisnis perusahaan (Heizer & Render, 2015). Keputusan ini mencakup keputusan lokasi fisik (misalnya, di mana membangun hotel dan seberapa mudah hotel tersebut dapat dijangkau), kenyamanan lokasi, dan keamanan daerah tersebut. Mayoritas 2 pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang memiliki urusan di sekitar hotel, baik untuk berwisata, keperluan bisnis, atau hanya sebagai tempat transit sementara untuk melanjutkan perjalanan. Oleh karena itu, lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mengakses hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tujuan wisata atau fasilitas umum akan menambah nilai tambah bagi bisnis. Lokasi memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografi, budaya, persaingan, dan peraturan di masa depan.

Menurut Moningka dan Loindong (2016), lokasi merupakan 4 variabel penting dalam strategi pemasaran karena menentukan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pemilihan lokasi membutuhkan pertimbangan yang matang, yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, parkir, lingkungan, dan persaingan. Semakin baik lokasi atau tempat, maka keputusan pengunjung akan semakin meningkat. Menerapkan lokasi yang baik, tempat yang nyaman dan area yang aman akan membuat konsumen

merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut. Lokasi pemasaran yang nyaman, aman, bersih, ramai dan mudah dijangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen. Namun, lokasi juga dapat menjadi tantangan tersendiri bagi hotel karena persaingan yang ketat dengan hotel lain yang memiliki lokasi yang sama atau lebih baik.

² Saat ini, kemunculan berbagai hotel di Kota Batam menjadi isu yang menarik. Berdirinya hotel-hotel yang biasa hingga yang berkualitas baik sangat positif dari segi investasi dan membuka lapangan pekerjaan. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya wisatawan yang datang ke Kota Batam, sehingga dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung akan meningkatkan permintaan kamar hotel di Batam. Berdasarkan catatan ⁹⁴ Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam dalam bpb Batam.go.id, jumlah ² kunjungan wisatawan ke Batam baik lokal maupun mancanegara selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan besarnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Batam, hal ini juga harus dibarengi dengan ketersediaan kamar hotel sebagai sarana akomodasi para wisatawan yang berkunjung. Dan pada akhirnya, banyak perusahaan yang akan mendirikan hotel untuk memenuhi permintaan tersebut, namun tingkat persaingan yang sangat tinggi mengharuskan perusahaan untuk menggunakan strategi yang berbeda untuk menarik dan mempertahankan konsumen. ⁵⁷ Salah satu hotel yang terkenal di Kota Batam adalah Swiss – Bell Harbour Bay Batam.

Swiss-Belhotel Harbour Bay adalah salah satu hotel bintang empat yang berlokasi di Batam, tepatnya di kawasan Harbour Bay. Hotel ini menawarkan berbagai fasilitas dan layanan yang berkualitas, seperti kamar yang nyaman, restoran yang menyajikan masakan internasional, kolam renang, pusat kebugaran, spa, dan ruang pertemuan. Hotel ini juga memiliki akses mudah ke pusat perbelanjaan, tempat hiburan, dan pelabuhan ferry yang menghubungkan Batam dengan Singapura dan Malaysia.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, hotel ini juga menghadapi beberapa masalah yang dapat mempengaruhi keputusan menginap para tamu. Salah satu masalah utama yang sering dihadapi hotel ini adalah persaingan yang ketat dengan hotel-hotel lain yang berlokasi di kawasan yang sama atau lebih strategis (Sutrisno dan Adhila, 2021). Beberapa hotel pesaing yang memiliki reputasi dan kualitas yang setara atau lebih baik dari Swiss-Belhotel Harbour Bay adalah Harris Resort Waterfront, Radisson Golf and Convention Center, dan Nagoya Hill Hotel.

Menurut Heizer dan Render dalam Sulistiono (2010), tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering kali bergantung pada jenis usaha. Pada sektor industri, analisis lokasi berfokus pada meminimalkan biaya, sedangkan pada sektor jasa berfokus pada memaksimalkan pendapatan. Hal ini karena perusahaan manufaktur menemukan bahwa biaya cenderung sangat bervariasi di seluruh lokasi, sementara perusahaan jasa menemukan bahwa lokasi sering kali lebih mempengaruhi pendapatan daripada biaya. Oleh karena itu, untuk perusahaan jasa, lokasi tertentu sering kali lebih

mempengaruhi pendapatan daripada biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi untuk perusahaan jasa haruslah pada penentuan volume bisnis dan pendapatan. Samarwan dalam Sulistiono (2010) menambahkan bahwa pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis yang mudah terlihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang paling cocok untuk bisnis jasa adalah tempat yang memiliki potensi pasar yang baik. Faktor-faktor seperti kepadatan lalu lintas, kepadatan penduduk dan standar hidup di sekitar lokasi juga menjadi faktor penting dalam pemilihan lokasi.

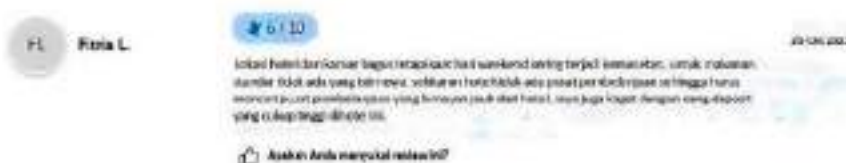
Gambar 1.1 *Guest comment* Swiss-Belhotel Harbour Bay



Sumber: Traveloka

Berdasarkan *guest comment* atau review tamu yang berkunjung, yaitu Bpk Ardnold pada Desember 2023 menyebutkan bahwasannya lokasi Swiss-Belhotel Harbour Bay cukup strategis, dekat dengan pelabuhan, akan tetapi sering terjadinya macet apalagi dihari Sabtu atau Minggu, tidak ada pusat perbelanjaan dan juga terganggu dengan suara bisik tamu lain.

Gambar 1.2 *Guest comment* Swiss-Belhotel Harbour Bay



Sumber: Traveloka

Tidak hanya itu saja, berdasarkan *guest comment* atau review tamu lain yang berkunjung, yaitu Ibu. Fitria pada Oktober 2023 menyebutkan bahwasannya lokasi Swiss-Belhotel Harbour Bay cukup strategis, akan tetapi sering terjadinya macet apalagi pada saat akhir pekan, pusat perbelanjaan yang cukup jauh dan juga kaget dengan uang deposit yang cukup tinggi.

91 Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi untuk judul Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menginap di 106 Swiss-Belhotel Harbour Bay adalah ketatnya persaingan dengan hotel lain, perubahan preferensi dan perilaku konsumen, serta kurang efektifnya promosi dan komunikasi pemasaran. Masalah-masalah tersebut dapat 14 mempengaruhi persepsi konsumen terhadap lokasi hotel sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menginap. Oleh karena itu, hotel ini harus dapat menentukan strategi yang tepat untuk menggunakan lokasi sebagai keunggulan bersaing dan menarik minat konsumen.

29 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di uraikan, maka dapat di simpulkan batas penelitian adalah dibatasi dengan variabel yang akan difokuskan kepada variabel yang telah ditentukan oleh penulis. Batasan masalah yang akan diteliti adalah “Pengaruh lokasi (X) terhadap keputusan menginap (Y) di Swiss – Belhotel Harbour Bay”.

1 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Apakah lokasi mempengaruhi tamu dalam keputusan menginap di Swiss – Belhotel Harbour Bay?

36

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui apakah lokasi mempengaruhi tamu dalam keputusan menginap di Swiss – Belhotel Harbour Bay?

74

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat bagi penulis

Kegunaan penelitian bagi penulis adalah sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan untuk memahami lebih lanjut mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap.

30

44

1.5.2 Manfaat bagi institusi

Kegunaan penelitian bagi institusi diharapkan dapat memberikan hasil yang memuaskan serta nantinya dapat sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya akan menggunakan konsep atau dasar penelitian yang sama.

29

1.5.3 Manfaat bagi tempat penelitian

Kegunaan penelitian bagi tempat penelitian diharapkan dapat memberikan informasi tambahan atau berupa masukan yang membangun bagi pihak hotel mengenai lokasi yang mempengaruhi keputusan menginap tamu di Swiss – Belhotel Harbour Bay.

100

44

1.6 Definisi Istilah

1.6.1. Definisi Lokasi

Lokasi adalah tempat yang menyediakan barang dalam jumlah besar. Sebuah perusahaan yang menyediakan produk atau jasa harus dapat mengidentifikasi lokasi yang mudah dijangkau. Lokasi yang strategis untuk memudahkan penyaluran produk dari produsen ke konsumen umumnya menggunakan saluran distribusi. Lokasi juga merupakan faktor situasional yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menerapkan lokasi yang baik, tempat yang nyaman dan area yang awan akan membuat konsumen merasa lebih tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut.

1.6.2. Definisi Keputusan Menginap

Keputusan menginap adalah perilaku yang mengacu pada perilaku pembelian akhir konsumen, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli layanan atau produk untuk konsumsi pribadi.

BAB 2

1 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Lokasi

2.2.1 Definisi Lokasi

Lokasi adalah tempat yang menyediakan barang dalam jumlah banyak. Sebuah perusahaan yang menyediakan produk atau jasa harus dapat menentukan lokasi yang mudah dijangkau. Lokasi yang strategis umumnya digunakan sebagai saluran distribusi untuk mempermudah penyaluran produk dari produsen ke konsumen (Katemung et al., 2018). Lokasi juga merupakan faktor situasional yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penerapan lokasi yang baik, tempat yang nyaman, dan area yang awan akan membuat konsumen merasa lebih tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Utami (2010) dalam Kaka (2020), pemilihan lokasi yang strategis memiliki dampak positif yaitu lokasi tersebut dapat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan bisnis di masa yang akan datang. Oleh karena itu, lokasi harus dapat berkembang dari segi ekonomi sehingga dapat menjaga keberlangsungan sebuah usaha di awal dan di masa yang akan datang. Selain itu, jika lokasi strategis maka banyak konsumen yang akan melakukan pembelian dan hal ini tentunya akan menciptakan kepuasan bagi konsumen karena konsumen akan mudah untuk menemukan lokasi tersebut.

2.2.2 Dimensi Lokasi

Menurut Tjiptono (2009) dalam Ali dan Simdani (2018) mengatakan bahwa pemilihan tempat atau suatu lokasi memerlukan beberapa pertimbangan terhadap beberapa faktor seperti:

1. Akses

Aksesibilitas menggambarkan lokasi yang mudah dilalui atau dijangkau dengan alat transportasi apa pun. Lokasi hotel harus mudah dijangkau oleh wisatawan yang berbeda dari berbagai arah untuk tujuan yang berbeda.

2. Visibilitas

Visibilitas menggambarkan sebuah lokasi atau bangunan yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Visibilitas sebuah hotel harus mudah dan bangunan fisiknya harus terlihat jelas sehingga tidak sulit untuk ditemukan. Kebanyakan orang yang menginap di sebuah hotel sangat dipengaruhi oleh kesan pertama.

3. Lalu Lintas

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan di area lalu lintas, yaitu:

- a) Banyak orang yang berlalu lalang di lingkungan ini, sehingga dapat menjadi peluang besar untuk melakukan impulse buying, di mana proses pembelian dapat terjadi tanpa direncanakan, spontan atau tanpa usaha khusus.

- b) Kemacetan, kepadatan, dan keramaian dapat menjadi hambatan dalam berbisnis.

4. Tempat Parkir

Parkir merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik sebuah lokasi bagi para tamu. Parkir pada suatu hotel juga sangat berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap dimana, jika hotel yang mereka tuju memiliki fasilitas parkir yang baik, maka tidak akan menimbulkan konflik di jalan raya pada lokasi tersebut. Permasalahan yang timbul pada fasilitas parkir ketika permintaan parkir tidak sesuai atau melebihi kapasitas parkir yang tersedia, dimana kendaraan tidak tertampung di tempat parkir, akan mengganggu kelancaran arus lalu lintas di jalan. Oleh karena itu, hotel harus memiliki area parkir yang luas, nyaman, aman dan baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

5. Lingkungan

Lingkungan menggambarkan latar yang mendukung suatu produk yang ditawarkan. Lingkungan suatu bisnis dapat menjadi pendorong atau penghambat jalannya suatu bisnis karena lingkungan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi jalannya suatu bisnis atau perusahaan.

6. Ekspansi

Ekspansi menggambarkan ketersediaan tempat yang cukup luas untuk perluasan bisnis di masa depan. Ekspansi merupakan

salah satu tujuan dari strategi perusahaan untuk berkembang di masa depan. Ketika melakukan ekspansi, sebuah perusahaan harus memperhitungkan dengan matang biaya ekspansi dan biaya operasional agar strategi ekspansi yang direncanakan dapat memaksimalkan strategi yang tepat.

7. Kompetisi

Persaingan menggambarkan sebuah persaingan dalam konteks pemasaran dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing.

8. Peraturan Pemerintah

Menurut peraturan pemerintah, pembangunan sebuah gedung harus sesuai dengan peraturan yang ada. Dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 26 tahun 2008 tentang persyaratan teknis sistem proteksi kebakaran pada bangunan gedung dan lingkungan menyebutkan bahwa diwajibkan untuk memiliki jalur evakuasi, alat pemadam kebakaran, alarm kebakaran, dan lain sebagainya.

Pada penelitian Ali dan Simdani (2018), indikator ekspansi, persaingan, dan peraturan pemerintah tidak digunakan untuk mengukur variabel lokasi karena tidak berhubungan langsung dengan tamu. Hanya ada beberapa indikator seperti akses, visibilitas, lalu lintas, parkir, dan lingkungan yang berhubungan langsung dengan tamu.

2.2.3 ⁷ Faktor-Faktor yang dipertimbangkan dalam Penentuan Lokasi

Menurut Munawaroh (2013) pemilihan lokasi akan mempertimbangkan beberapa faktor, disesuaikan dengan jenis dan kondisi perusahaan.

a. Faktor Dominan/Utama pada Lokasi Usaha Manufaktur

- 1) Tenaga kerja
- 2) Pasar
- 3) Kualitas kehidupan
- 4) Kedekatan dengan suplier dan sumber
- 5) Pajak, listrik dan air

Faktor lain:

- 1) Tersedianya tempat untuk ekspansi kemudian
- 2) Aturan polusi
- 3) Iklim
- 4) Undang-undang
- 5) Lain-lain

b. Faktor dominan/utama pada lokasi perusahaan jasa

- 1) Kedekatan dengan konsumen
- 2) Biaya transformasi
- 3) Kualitas kehidupan
- 4) Lokasi pesaing

Faktor spesifik:

- 1) Lalu lintas
- 2) Kelayakan

3) Areal parkir

Menurut Kasmir (2014), ada dua faktor yang harus dipertimbangkan untuk lokasi pabrik:

a. Faktor utama (primer)

- 1) Dekat dengan pasar
- 2) Dekat bahan baku
- 3) Tersedia tenaga kerja
- 4) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, kereta api
- 5) Tersedia sarana prasarana
- 6) Sikap masyarakat

b. Faktor sekunder

- 1) Biaya investasi lokasi
- 2) Prospek perkembangan harga atau kemajuan di lokasi tersebut
- 3) Kemungkinan perluasan lokasi
- 4) Terdapat fasilitas penunjang seperti pusat perbelanjaan dan perumahan
- 5) Iklim dan tanah
- 6) Pajak dan peraturan perubahan di daerah setempat

2.2 Teori Keputusan Menginap

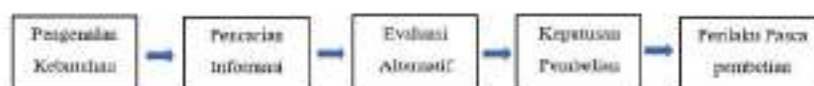
2.2.1 Definisi Keputusan Menginap

Keputusan menginap merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang secara sadar ketika memutuskan untuk memilih

tempat tinggal sementara berupa penginapan atau hotel (Kristanto & Wahyuni, 2019). Tentunya, ketika konsumen mengambil keputusan, mereka mempertimbangkan banyak faktor yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ingin mereka beli. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti teknologi, ekonomi, politik, budaya, fasilitas, lokasi, harga, promosi, dan bukti fisik yang membentuk suatu sikap dalam diri konsumen untuk memproses semua informasi dan menarik kesimpulan tentang produk atau jasa yang akan dibeli (Annishia & Pratiyo, 2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan menginap merupakan suatu tindakan konsumen untuk memilih atau menggunakan jasa akomodasi yang ditentukan sejak awal dengan beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk memutuskan menginap di akomodasi tersebut. Terdapat 5 tahapan yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Gambar 2. 1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Tahapan – tahapan tersebut menjadi proses pertimbangan seseorang ketika memutuskan untuk menginap sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sejak awal. Kebutuhan

konsumen akan tempat peristirahatan sementara yang nyaman menjadi prioritas utama, sedangkan keinginan wisatawan akan kenyamanan didasari oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi antara lain harga, fasilitas, lokasi, promosi, pelayanan dan akses. Hal yang paling diprioritaskan oleh konsumen saat memilih tempat singgah adalah fasilitas yang mendukung, sedangkan promosi yang tersedia menjadi faktor pendukung dalam pengambilan keputusan konsumen.

2.2.2 Dimensi Keputusan Menginap

Menurut Kotler dan Keller (2016), terdapat 6 dimensi terhadap keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian, yaitu:

1) Pemilihan Produk (*Product Choice*)

Dalam memilih produk, perusahaan harus memprioritaskan menargetkan potensi wisatawan yang menyatakan kecenderungan untuk menginap di hotel. Selain itu, perusahaan harus hati-hati mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia untuk memastikan bahwa tamu dapat membuat keputusan yang tepat saat memilih hotel yang telah mereka kunjungi.

2) Pemilihan Merek (*Brand Choice*)

Sebelum membuat keputusan untuk menginap di hotel, konsumen harus mengikuti langkah-langkah tertentu. Pertama, calon tamu harus hati-hati mempertimbangkan merek mana yang ingin mereka pilih. Penting untuk dicatat bahwa setiap merek memiliki karakteristik dan kualitas uniknya sendiri. Oleh

karena itu, perusahaan harus memiliki pemahaman yang jelas tentang bagaimana tamu membuat pilihan mereka untuk memenuhi preferensi mereka secara efektif.

3) Pemilihan Penyalur (*Dealer Choice*)

Dalam pemilihan penyalur dimana konsumen diwajibkan untuk memilih untuk mengambil keputusan mengenai cara mana yang akan digunakan untuk menginap. Setiap calon tamu di hotel pastinya akan berbeda-beda dalam menentukan pilihan yang efektif dikarenakan berbagai faktor.

4) Waktu Pembelian (*Purchase Time*)

Konsumen memiliki kebiasaan berbelanja yang bervariasi, dengan beberapa mengunjungi sekali seminggu, yang lain sekali sebulan, dan beberapa hanya selama periode tertentu. Waktu keputusan pembelian konsumen tergantung pada kapan mereka membutuhkan produk.

5) Jumlah Pembelian (*Purchase Amount*)

Konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan jumlah produk yang ingin mereka beli dalam jangka waktu tertentu. Perusahaan harus mempersiapkan berbagai produk untuk memenuhi berbagai keinginan pelanggan mereka.

6) Metode Pembayaran (*Payment Method*)

Konsumen memiliki otonomi untuk memilih metode pembayaran yang mereka sukai saat melakukan pembelian atau memesan penginapan di hotel.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Tamu

Kotler, Bowen, and Makens (2014) mengidentifikasi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sebagai pengaruh pada perilaku tamu.

a. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan salah satu yang mempengaruhi tingkah laku tamu. Budaya menentukan aktivitas, keinginan, nilai, persepsi, dan perilaku seseorang, yang dipelajari dari lingkungan sekitar dan lembaga-lembaga penting lainnya. Setiap budaya terdiri dari bagian-bagian yang dapat diidentifikasi secara sosial. Setiap budaya terdiri dari subkultur. Budaya adalah determinan fundamental dari keinginan dan perilaku, yang terdiri dari sekumpulan nilai-nilai, preferensi, dan tingkah laku. Subkultur membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Kelas sosial juga menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak cara.

b. Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial dapat sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor ini termasuk lingkungan seseorang, gaya hidup, sikap, dan konsep diri, yang dapat dipengaruhi oleh kelompok kecil konsumen. Selain itu, anggota keluarga juga dapat memiliki dampak yang signifikan pada perilaku pembeli.

Keluarga dianggap sebagai organisasi pelanggan yang paling penting di masyarakat dan telah menjadi subjek penelitian yang luas. Anggota keluarga terdiri dari dua keluarga dalam kehidupan pembeli: keluarga orientasi, yang mencakup orang tua dan saudara-saudara seseorang, dan keluarga pembiakan, yang meliputi pasangan dan anak-anak seseorang. Peran dan status sosial seseorang dapat ditentukan oleh peran dan statusnya dalam masyarakat. Peran termasuk kegiatan yang diharapkan seseorang untuk melakukan, dan setiap peran menghasilkan status. Pengaruh kelompok bervariasi di berbagai produk dan merek, cenderung lebih kuat ketika produk terlihat bagi orang lain dan dihargai oleh pembeli.

c. Faktor Pribadi

Keputusan untuk membeli produk dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup konsumen, yang dibentuk oleh siklus kehidupan keluarga. Selain itu, pemasar mencoba untuk mengidentifikasi kelompok profesional dengan minat di atas rata-rata pada produk dan layanan mereka. Akhirnya, orang-orang dari sub-budaya yang sama, kelas sosial, dan pekerjaan dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Keempat, artikel ini membahas kepribadian dan konsep diri. Kepribadian merujuk pada karakteristik psikologis unik seseorang yang membedakan mereka dari orang lain dan

menghasilkan respons yang relatif konsisten dan berkelanjutan terhadap lingkungan mereka.

d. **Faktor Psikologis**

Faktor psikologis termasuk motivasi tamu yang memiliki berbagai kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan ini adalah biogenik, yang timbul dari tekanan biologis. Persepsi juga merupakan faktor, karena merupakan proses dimana orang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti. Persepsi seseorang tentang situasi mempengaruhi bagaimana mereka bertindak, dan karenanya motivasi mereka untuk melakukan tindakan. Ketiga, belajar dan pengetahuan melibatkan mengubah perilaku seseorang melalui pengalaman. Ini termasuk perasaan dan kecenderungan menuju arah. Keempat, keyakinan mengacu pada pernyataan deskriptif yang dimiliki seseorang, sedangkan sikap adalah penilaian konsisten dari objek atau ide.

2.3 Grand Teori Menurut Kotler dan Keller (2016)

Grand teori menurut Kotler dan Keller (2016) yang berkaitan dengan judul Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Swiss-Belhotel Harbour Bay sebagai berikut:

- a) Menurut Kotler dan Keller (2016), lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi, atau tempat di mana konsumen dapat membeli barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Lokasi dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan

suatu usaha, karena lokasi dapat menentukan ketersediaan sumber daya, aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, persaingan, dan preferensi konsumen.

- b) Menurut Kotler dan Keller (2016), lokasi hotel adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen. Lokasi hotel dapat menciptakan nilai bagi konsumen dengan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan pengalaman yang diinginkan konsumen.

2.4 Kajian Empiris

Kajian empiris adalah hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan dan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai bahan referensi diantaranya di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil	Fokus Penelitian
1.	Stefanie Kusuma Ali & Dicky Larson Simdani / 2018	Analisa Pengaruh Lokasi dan <i>Servicescape</i> Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan <i>servicescape</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menginap di Pohon Inn Hotel. Dalam penelitian ini Lokasi berpengaruh secara dominan terhadap keputusan menginap.	Lokasi dan keputusan menginap
2.	Rimayang Anggun Laras Prastianty Rurnli, Indah Nur Agustiani, dan Rudi Yanto Batara Silalahi (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Travelodge Hotel Batani	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel tersebut, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan.	Kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi
3.	Yuliana Trifonia Roswita Kaka – 2020	Pengaruh Harga, Lokasi, dan <i>Servicescape</i> Terhadap Keputusan Menginap Pada POP! Hotel di Surabaya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, lokasi dan <i>servicescape</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya.	Harga, lokasi dan <i>servicescape</i>

4.	Aji Bio Sanjaya / 2022	Pengaruh Pelayanan, Lokasi, dan Desain Interior Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Lantasa Bengkulu.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan, lokasi, dan design interior berpengaruh positif dan signifikan serta secara simultan signifikan terhadap keputusan menginap <i>pada Hotel Lantasa Bengkulu.</i>	Pelayanan, lokasi dan design interior
5.	Hapsawati Taan, Zulfia K, Abdussamad, dan Indra Pulangku / 2020	Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo. Sedangkan, lokasi berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo dikarenakan masalah parkir hotel yang tidak luas.	Fasilitas, lokasi dan keputusan menginap
6.	Dyah Ajeng Praptiningrum dan Ricky Talumantak / 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Mercure Jakarta Gatot Subroto.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel tersebut, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan citra merek tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini juga menyarankan agar hotel meningkatkan kualitas pelayanan dan citra merek untuk menarik minat <i>pelanggan.</i>	Kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi
7.	Christina Natalia Putri Subroto, Theresia Pradiani, dan Fathorrahman / 2021	Pengaruh Promosi dan <i>Servicescape</i> Terhadap Keputusan Menginap Melalui Citra Merek di EL ROYALE Hotel Banyuwangi Pada Masa Pandemi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan <i>servicescape</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di EL Royale Banyuwangi Hotel pada masa pandemi. Citra merek juga mampu memediasi pengaruh promosi terhadap keputusan menginap tetapi citra merek tidak mampu memediasi <i>servicescape</i> terhadap keputusan menginap tamu.	Promosi, <i>servicescape</i> dan citra merek
8.	Ersa Angelica Natalia Ressa, Agus Supandi Soegoto, dan Rosintulu Jopie Jorie / 2019	Pengaruh <i>Servicescape</i> , Fasilitas, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Golden Lake Resort.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>servicescape</i> dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih di Golden Lake Resort. Sedangkan, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih di Golden Lake Resort.	<i>Servicescape</i> dan kualitas pelayanan
9.	Leo Steven Silaban Dan Raymond / 2021	Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan tamu untuk menginap di hotel Harris Waterfront.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama memberi pengaruh positif yang relevan terhadap keputusan tamu menginap di hotel Harris Waterfront.	Kualitas Pelayanan, fasilitas dan lokasi

10.	Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli, Indah Nur Agustiani, dan Rudi Yanto Batara Silalahi / 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Travelodge Hotel Batam.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di hotel tersebut, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini juga menyarankan agar hotel meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi
-----	--	--	---	--

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

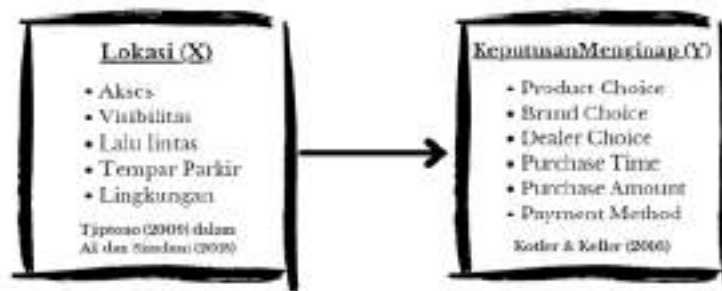
2.5 Kerangka Berpikir

Pada kerangka penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh dan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Lokasi dalam penelitian ini akan ditetapkan sebagai variabel X atau variabel independen, keputusan menginap dalam penelitian ini akan ditetapkan sebagai variabel Y atau variabel dependen. Rumusan kerangka pada penelitian ini sebagai berikut:

Variabel Independen (X): Lokasi

Variabel Dependen (Y): Keputusan Menginap

Bagan 2.1 Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti (2023)

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah solusi temporer untuk masalah yang sifatnya masih praduga dan harus dibuktikan terlebih dahulu kebenaran. Menurut Sugiyono (2019), hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang

telah ditentukan dan sudah dinyatakan dalam bentuk pernyataan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori.

Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian adalah lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Swiss – Bellhotel Harbour Bay.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif biasanya lebih sistematis, terencana, terstruktur, dan jelas dari awal hingga akhir. Ketika menggunakan metode kuantitatif pastinya akan berhubungan langsung dengan angka dimulai dari pengumpulan data, analisis data dan penyajian hasil data (Ahyar dkk., 2020). Penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel yang sudah ditentukan sebelumnya untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas, atau sebab akibat, untuk menentukan apakah satu atau lebih variabel mempengaruhi atau menyebabkan variabel lainnya. Peneliti akan mengolah data yang telah mereka kumpulkan untuk penelitian ini dengan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS 25). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi (X) terhadap pilihan menginap (Y) di Swiss Bel Hotel Harbour Bay.

3.2 Populasi & Sampel

Populasi dan sampel sering digunakan dalam penelitian jenis kuantitatif yang menjadi penentu dalam sebuah penelitian yang sedang dilakukan karena populasi dan sampel dapat memberikan informasi dari apa yang sedang diteliti. Kesalahan dalam menentukan populasi dan sampel maka akan berakibat tidak tepatnya data yang dikumpulkan sehingga hasil

dari penelitian tidak memiliki kualitas yang baik, tidak representative serta tidak memiliki daya generalisasi yang baik (Ahyar dkk., 2020).

3.2.1 Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk dan dalam penelitian kata *populasi* digunakan sebagai penyebutan sekumpulan objek yang akan menjadi tujuan penelitian (Siregar, 2013). Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Ahyar dkk., 2020). Jumlah populasi pengunjung Hotel Swiss – Bel Hotel Harbour Bay selama enam bulan terakhir dari penelitian ini adalah sebanyak 22.752, dengan jumlah kunjungan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Data *Occupancy* Hotel Swiss – Bel Hotel Harbour Bay

Country	No. Of Pax
INDONESIA	19.158
SINGAPORE	1.308
MALAYSIA	468
ITALY	342
INDIA	336
UNITED KINGDOM	282
CHINA	228
AUSTRALIA	158
OTHERS	138
JAPAN	66
BRAZIL	60
PHILIPPINES	60
RUSSIA	42
USA	42
MAROCOO	30
GERMANY	24
TAIWAN	18

Sumber: *Front office manager* Swiss-BelHotel HBB (2023)

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu tersendiri (Sugiyono, 2016). Maka dari itu ketika peneliti melakukan penelitian perlu memperhatikan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan supaya dalam melakukan pencarian informasi dapat menghasilkan informasi yang representatif sehingga penelitian yang dilakukan dapat valid (Ahyar dkk., 2020). Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana paling mengetahui dan memahami dengan objek penelitian terkait. Teknik yang digunakan untuk mengukur jumlah sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*margin error*)

Jumlah sampel yang didapatkan dengan populasi sebanyak 22.752 dengan menggunakan margin error 10% adalah sebesar 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

80

3.3 Operasional Variabel

3.3.1 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Lokasi (X)	Akses	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	Likert
		Kelancaran akses menuju lokasi	
	Visibilitas	Kemudahan menemukan lokasi	Likert
		Kemudahan melihat bangunan hotel dengan jelas	
	Lalu Lintas	Arus lalu lintas menuju lokasi	Likert
		Keramaian lalu lintas	
	Tempat Parkir	Ketersediaan lahan parkir yang luas	Likert
		Lokasi parkir yang aman	
Keputusan Menginap (Y)	Lingkungan	Lingkungan lokasi berada ditempat yang aman	Likert
		Keadaan lingkungan sekitar bersih dan nyaman	
	Pemilihan Produk	Pemilihan produk sesuai dengan kebutuhan	Likert
		Pemilihan produk berdasarkan kualitas produk	
	Pemilihan Merek	Pemilihan berdasarkan atas merek	Likert
		Pemilihan berdasarkan reputasi merek	
	Pemilihan Penyalur	Pemilihan penyalur berdasarkan keberagaman produk	Likert
		Pemilihan penyalur berdasarkan ketersediaan produk	
	Waktu Pembelian	Waktu pembelian berdasarkan potongan harga	Likert
		Pembelian produk pada waktu tertentu	
	Jumlah Pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Likert
		Keberagaman produk mempengaruhi jumlah pembelian	
	Metode Pembayaran	Kemudahan metode pembayaran	Likert
		Keragaman metode pembayaran	

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian yang sedang dilakukan adalah pengumpulan data primer

dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* kepada pengunjung yang sudah pernah menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam minimal 1. Selain kuesioner peneliti akan menggunakan teknik pengamatan (observasi) dan wawancara (interview) terhadap pengunjung yang sedang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam untuk sebagai data pendukung. Penelitian ini juga akan menggunakan data sekunder guna untuk mendapatkan beberapa informasi tambahan terkait yang dibutuhkan melalui pihak ketiga.

Dalam penelitian ini untuk pengukuran data kuesioner akan menggunakan skala likert 5 poin. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) skala likert merupakan skala yang sering digunakan untuk mengukur persepsi seorang responden ketika menjawab beberapa pertanyaan dalam kuesioner dengan 5 pilihan sebagai berikut:

21

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Tidak Setuju / STS	1
2.	Tidak Setuju / TS	2
3.	Cukup Setuju / CS	3
4.	Setuju / S	4
5.	Sangat Setuju / SS	5

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dalam penelitian yang dilakukan akan dihitung juga rentang skala likertnya guna untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian yang dimana hasil jawaban setiap responden akan diberi nilai dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Nilai Variabel Penelitian

Nilai	Keterangan
1.0 – 1.8	Vey Low

1.8 – 2.6	Low
2.6 – 3.4	Medium
3.4 – 4.2	High
4.2 – 5.0	Very High

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.3.3 Jenis Data

Ada dua macam jenis data pada umumnya yaitu data kuantitatif dan kualitatif yang akan dijelaskan di bawah ini, penulis lebih memfokuskan pada data kuantitatif dalam melakukan analisis ini.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi atau objek penelitian. Penelitian ini dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada responden dan pengamatan langsung objek.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber kedua atau tidak langsung. Dalam penelitian ini, itu dikumpulkan melalui bahan referensi, ulasan literatur, analisis dokumen, dan sejarah perusahaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang umum digunakan untuk mengumpulkan informasi kuantitatif, khususnya:

3.4.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data di mana peneliti menyediakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis bagi responden untuk menjawab.

Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan langsung kepada responden.

3.4.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa wawancara adalah metode umum untuk mengumpulkan informasi ketika peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang membutuhkan penyelidikan lebih lanjut atau ketika mereka perlu mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari responden. Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur sebagai jenis wawancara dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), wawancara semi-terstruktur lebih bebas daripada wawancara terstruktur, dan tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi masalah secara lebih terbuka dengan meminta pendapat dan perspektif narasumber.

3.4.3 Observasi

Pengamatan (observasi) dilakukan dengan pengamatan secara langsung pelaksanaan kegiatan dari sebuah permasalahan yang ingin diteliti kebenarannya. Menurut Sugiyono (2017), observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Menurut Nasution dalam Sugiyono (2019) menyatakan observasi adalah akar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan atau peneliti dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta tentang kenyataan yang didapatkan melalui observasi. Data itu biasanya dikumpulkan dengan

hantuan berbagai alat yang canggih, sehingga dari benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas. lapangan.

3.4.4 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi terdiri dari catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya besar yang dibuat oleh seseorang. Data yang digunakan dalam penelitian mencakup informasi yang mendukung temuan peneliti dari pengamatan dan wawancara yang berkaitan dengan bentuk pesan verbal dan nonverbal. Selain itu, dokumen tersebut juga mencakup hambatan yang dihadapi peneliti. Berdasarkan penjelasan ahli, dapat disimpulkan bahwa metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dokumen atau foto serta lampiran yang berguna sebagai informasi dalam penelitian ini.

3.5 Teknis Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Siregar (2013), pengujian statistik dalam analisis deskriptif digunakan untuk menguji hipotesis (pertanyaan sementara) dari penelitian deskriptif. Penerapan uji statistik jenis ini pada penelitian deskriptif sebenarnya bergantung pada skala pengukuran, seperti: nominal, ordinal, dan interval/rasio. Menurut Sugiyono (2017), analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan mendeskripsikan data dari variabel

independen. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data untuk menginterpretasikan data secara umum dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Validitas & Reliabilitas

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu hasil penelitian. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya pada objek penelitian. Instrumen yang valid berarti instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah valid. Valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Validitas menunjukkan tingkat keakuratan antara data yang sebenarnya terjadi pada subjek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Khairinal (2016), untuk mengecek valid atau tidaknya instrumen yang digunakan digunakan rumus korelasi dengan terlebih dahulu menyebarkan kuesioner kepada 30 responden karena hasil tes mendekati kurva normal (Sugiyono, 2019) sebesar 100 responden.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

N : Banyaknya responden

Kriteria uji validitas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dapat dikatakan valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) uji realibitas digunakan untuk menunjukkan suatu indeks sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (konsisten). Hasil penelitian dapat dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama dan membuktikan bahwa uji realibitas juga konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama di lain tempat.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas yang dicari

n : Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_i^2$: Jumlah varians skor setiap item

σ_c^2 : Varians total

Kriteria uji reliabilitas apabila nilai r alpha $> 0,6$ dapat dikatakan reliable dan apabila r alpha $< 0,6$ dapat dikatakan tidak reliable.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2017) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel dependen maupun variabel independen maupun kedua dari variabel tersebut mempunyai distribusi normal atau tidak normal, karena apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk membuktikan dan memastikan bahwa penelitian tersebut berdistribusi normal yang menghasilkan nilai signifikan diatas 5% atau 0,05. Kriteria uji normalitas apabila sig $> 0,05$ dapat

dikatakan berdistribusi normal dan apabila $\text{sig} < 0.05$ dapat dikatakan berdistribusi tidak normal.

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Analisis data yang digunakan selanjutnya adalah uji Heteroskedastisitas, dimana tujuan dari uji tersebut adalah untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians antara variabel dari dianalisis. Pada uji ini penulis menggunakan metode Glejser dan hipotesis yang digunakan yaitu H_0 (tidak terdapat heteroskedastisitas) dan H_A (terdapat heteroskedastisitas).

Kriteria keputusan adalah:

1. Jika $\text{signifikansi} < 0.05$ H_0 ditolak, ada heteroskedastisitas.
2. Jika $\text{signifikansi} > 0.05$ H_0 diterima, tidak ada heteroskedastisitas (homoskedastis).

3.5.4 Analisis Regresi Linear

3.5.4.1 Uji R^2 (Koefisien Determinan)

R^2 (Koefisien determinan) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X), atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Ciri-ciri nilai R^2 adalah:

1. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1 atau dapat ditulis $0 \leq R^2 \leq 1$.

2. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen.
3. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antar variabel independen dengan variabel dependen, dengan kata lain variabel X sebagai variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Y).

3.5.4.2 Uji Hipotesis (Pengaruh Parsial (Uji - T)

Menurut Sugiyono (2019) uji statistik T digunakan untuk melihat seberapa signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Kriteria uji statistik T yaitu:

1. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$: H_0 diterima dan H_a ditolak maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$: H_0 ditolak dan H_a diterima maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini dimulai sejak tanggal 23 September 2023 sampai dengan tanggal 06 Januari 2024.

Deskripsi	Bulan				
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Observasi					
Penulisan Proposal					
Seminar Proposal					
Perbaikan Proposal					
Pengumpulan Data					
Pengolahan Data					
Sidang Proyek Akhir					

2. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah Swiss – Bel Hotel Harbour Bay yang terletak di Jl. Duyung Sei Jodoh, Sungai Jodoh, Kec. Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432.

PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

9

4.1.1 Profil Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam

Gambar 4. 1 Logo Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam



Sumber: Website Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam (2023)

Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam adalah tempat terbaik untuk menginap di Batam, baik untuk wisatawan bisnis maupun liburan. Dengan lokasi hotel ini, tamu dapat dengan mudah mengakses berbagai hiburan, aktivitas wisata, dan beragam pilihan kuliner. Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam adalah hotel bintang empat yang dibuka pada 19 Januari 2013. Logo Swiss-Belhotel memiliki empat makna; yang pertama adalah kata 'Swiss' yang melambungkan negara Switzerland, dan pada kata 'Belhotel' yang melambungkan hotel yang cantik dan indah. Warna merah putih pada logo Swiss-Belhotel Harbour Bay diambil dari warna bendera negara Switzerland, dan yang terakhir adalah warna merah pada logo karena berdasarkan kepercayaan tradisi Asia, warna merah tersebut menyimbolkan kemakmuran atau kesuksesan.

Gambar 4. 2 Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam



Sumber: Website Trip Advisor (2023)

Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam memiliki total kamar berjumlah 180 dengan 4 jenis atau tipe kamar diantaranya adalah Superior Deluxe, Grand Deluxe, Junior Suite, dan Presidential Suite. Seluruh kamar di hotel ini telah dilengkapi dengan standard fasilitas hotel terbaik seperti LCD TV dengan saluran satelit, telepon IDD, akses internet kecepatan tinggi, kotak penyimpanan pribadi, fasilitas pembuat kopi dan teh, pendingin ruangan atau air conditioner dengan kontrol individual, mini bar, bathtub atau shower, dan juga akses internet WiFi yang sudah tersedia di seluruh area hotel. Hotel ini memiliki 5 tingkat lantai. Lantai 1 merupakan office area, lobby, dan kitchen. Lantai 2 terdapat banquet, meeting room, dan grand ballroom yang merupakan ballroom terbesar di Batam. Lantai 3 sampai dengan lantai 5 adalah kamar-kamar tamu. Fasilitas yang terdapat di hotel ini adalah sebagai berikut; Swiss-Café Restaurant, Chinese Restaurant, Swiss Deli, Lobby Lounge dan Bar, 24 jam in-room dining, Business Centre, Pool, Fitness Centre, Spa and Massage, dan Wi-Fi.

4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam” mengambil sampel sebanyak 50 responden. Penyebarluasan kuesioner ini menggunakan *google form* yang dimulai dari tanggal 01 November 2023 sampai dengan 04 Januari 2024. Berikut adalah penyajian data profil responden yang meliputi jenis kelamin, usia responden, jenis pekerjaan, domisili dan pendapatan perbulan.

4.1.2.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	14	27,5%
Perempuan	37	72,5%
Total	50	100%

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan analisis data pada Tabel 4.1, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Temuan analisis menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan yang menginap lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki. Terdapat 14 responden laki-laki, menyumbang sekitar 27,5% dari total responden, sementara jumlah responden perempuan mencapai 37 orang atau sekitar 72,5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden perempuan cenderung lebih banyak yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam dibandingkan dengan responden laki-laki.

4.1.2.2 Usia Responden

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18 – 23 Tahun	30	58,8%
24 – 29 Tahun	17	33,3%
30 – 35 Tahun	3	5,9%
36 – 41 Tahun	1	2,0%
Total	51	100%

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan analisis data pada Tabel 4.2, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan usia yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Hasil analisis menunjukkan bahwa usia 18 – 23 tahun menjadi kelompok dominan, dengan jumlah responden mencapai 30 orang atau sekitar 58,8%. Disusul oleh kelompok usia 24 – 29 tahun, yang tercatat sebanyak 17 orang atau sekitar 33,3%. Kelompok usia 30 – 35 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 3 orang atau sekitar 5,9%, sementara kelompok usia 36 – 41 tahun mencakup 1 orang atau sekitar 2,0%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam berada dalam rentang usia 18 – 23 tahun. Kondisi ini mungkin sejalan dengan minat tinggi generasi milenial terhadap kegiatan berwisata atau jalan-jalan. Faktor ini kemungkinan juga diperkuat oleh sifat impulsif yang dapat dipengaruhi oleh media sosial.

4.1.2.3 Jenis Pekerjaan

Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Karyawan	28	54,9%
Pelajar / Mahasiswa	19	37,3%
Wirausaha	3	5,9%
Ibu Rumah Tangga	1	2,0%
Total	51	100%

Sumber: Peneliti, 2023

Berdasarkan analisis data pada Tabel 4.3, dapat diidentifikasi karakteristik responden yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam berdasarkan jenis pekerjaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah karyawan, dengan jumlah sebanyak 28 orang atau mencapai 54,9%. Disusul oleh kategori pelajar/mahasiswa, yang tercatat sebanyak 19 orang atau sekitar 37,3%. Sementara itu, responden dengan jenis pekerjaan wirausaha mencapai 3 orang atau sekitar 5,9%, dan ibu rumah tangga sebanyak 1 orang atau sekitar 2,0%. Dengan total responden sebanyak 51 orang, persentase keseluruhan mencapai 100%.

4.1.2.4 Domisili

Tabel 4.4 Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Persentase
Batam	32	62,7%
Bandung	6	11,8%
Kendari	1	2,0%
Tg. Balai Kariman	3	5,9%
Cirebon	1	2,0%
DKI Jakarta	7	14,0%
Total	51	100%

Sumber: Peneliti, 2023

Berdasarkan analisis data pada Tabel 4.4, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan domisili yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Temuan analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari Batam, dengan jumlah mencapai 32 orang atau sekitar 62,7%. Domisili lainnya meliputi Bandung dengan 6 responden (11,8%), Kendari dengan 1 responden (2,0%), Tanjung Balai Karimun dengan 3 responden (5,9%), Cirebon dengan 1 responden (2,0%), dan DKI Jakarta dengan 7 responden (14,0%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam berasal dari Batam. Domisili lain yang diwakili oleh responden mencakup Bandung, Kendari, Tanjung Balai Karimun, Cirebon, dan DKI Jakarta.

31

4.1.2.5 Pendapatan Perbulan

Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
< Rp 5.000.000	22	43,1%
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	25	49,0%
Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000	4	7,8%
Total	51	100%

Sumber: Peneliti, 2024.

Berdasarkan analisis data pada Tabel 4.5, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan perbulan di

bawah Rp 10.000.000. Sebanyak 22 responden, atau sekitar 43,1%, memiliki pendapatan perbulan kurang dari Rp 5.000.000, sementara 25 responden atau sekitar 49,0% memiliki pendapatan perbulan dalam kisaran Rp 5.000.000 hingga Rp 10.000.000. Kelompok dengan pendapatan perbulan Rp 10.000.000 hingga Rp 15.000.000 terdiri dari 4 responden atau sekitar 7,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam memiliki tingkat pendapatan perbulan yang berada di bawah Rp 10.000.000.

4.1.3 Uji Analisis Deskriptif

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Mean Variabel Lokasi (X1)

Pernyataan	Jumlah	Mean	Keterangan
X1	51	4.33	Very High
X2	51	4.27	Very High
X3	51	4.33	Very High
X4	51	4.45	Very High
X5	51	4.12	High
X6	51	4.35	Very High
X7	51	3.98	High
X8	51	3.84	High
X9	51	4.16	High
X10	51	3.96	High
X11	51	4.31	Very High
X12	51	4.29	Very High
X13	51	4.37	Very High

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4.6 menyajikan hasil analisis deskriptif untuk variabel lokasi (X1) berdasarkan jumlah responden, mean, dan keterangan kategori. Mean atau rata-rata digunakan sebagai indikator sentral dari distribusi data. Keterangan kategori menggambarkan seberapa

tinggi atau rendah nilai mean tersebut, dan berfungsi sebagai panduan untuk menilai tingkat kepuasan atau persepsi responden terhadap variabel lokasi.

Dari hasil analisis tersebut, dapat diobservasi bahwa nilai mean (rata-rata) untuk setiap variabel lokasi (X1) berada pada rentang yang cukup tinggi. Secara spesifik, variabel X1 hingga X12 memiliki mean di atas 4, yang dikategorikan sebagai "*Very High*" atau sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap aspek lokasi yang diukur oleh masing-masing variabel. Secara rinci, variabel X3 memiliki mean tertinggi yaitu sebesar 4.45, diikuti oleh variabel X5 dengan mean sebesar 4.35, dan variabel X12 dengan mean sebesar 4.37. Ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat tinggi terhadap variabel-variabel tersebut dalam konteks lokasi. Sementara itu, variabel X6 dengan mean sebesar 3.98 memiliki nilai mean yang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan variabel lainnya, namun masih tergolong dalam kategori "*High*" atau tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aspek yang diukur oleh variabel X6, meskipun sedikit lebih rendah, masih mendapat penilaian positif dari responden. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap variabel lokasi (X1), yang dapat diinterpretasikan sebagai kepuasan atau persepsi positif terhadap lokasi Swiss – BelHotel Harbour Bay Batam.

Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Mean Variabel Keputusan Menginap (Y1)

Pernyataan	Jumlah	Mean	Keterangan
Y1	51	4,12	Very High
Y2	51	4,28	Very High
Y3	51	4,18	Very High
Y4	51	4,26	Very High
Y5	51	4,32	Very High
Y6	51	4,32	Very High
Y7	51	4,36	Very High
Y8	51	4,38	Very High
Y9	51	4,54	Very High
Y10	51	4,08	Very High
Y11	51	4,18	Very High
Y12	51	4,26	Very High
Y13	51	4,34	Very High

Sumber: diolah oleh peneliti, 2024.

Dari hasil analisis tersebut, dapat diobservasi bahwa nilai mean (rata-rata) untuk setiap pernyataan (Y1 hingga Y13) berada pada rentang yang cukup tinggi. Secara spesifik, variabel Y1 hingga Y13 memiliki mean di atas 4, yang dikategorikan sebagai "*Very High*" atau sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap aspek-aspek yang dinyatakan dalam pernyataan-pernyataan tersebut dalam konteks keputusan menginap. Secara rinci, variabel Y9 mencapai mean tertinggi yaitu sebesar 4,54, diikuti oleh variabel Y5 dengan mean sebesar 4,32, dan variabel Y8 dengan mean sebesar 4,38. Ini menandakan bahwa responden memberikan penilaian sangat tinggi terhadap variabel-variabel tersebut dalam konteks keputusan menginap. Sementara itu, variabel Y10 dengan mean sebesar 4,08 memiliki nilai mean yang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan variabel lainnya, namun masih tergolong dalam kategori "*Very High*" atau sangat tinggi. Hal

ini menunjukkan bahwa aspek yang diukur oleh variabel Y10, meskipun sedikit lebih rendah, masih mendapat penilaian positif dari responden.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap variabel keputusan menginap (Y1 hingga Y13), yang dapat diinterpretasikan sebagai kepuasan atau persepsi positif terhadap pengalaman menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam.

21 4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X1	0,709	0,270	Valid
X2	0,826	0,270	Valid
X3	0,759	0,270	Valid
X4	0,790	0,270	Valid
X5	0,654	0,270	Valid
X6	0,712	0,270	Valid
X7	0,719	0,270	Valid
X8	0,745	0,270	Valid
X9	0,783	0,270	Valid
X10	0,747	0,270	Valid
X11	0,811	0,270	Valid
X12	0,746	0,270	Valid
X13	0,735	0,270	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4.8 menyajikan hasil uji validitas variabel lokasi (X1) menggunakan Pearson Correlation. Pearson Correlation digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan linear antara variabel yang

diukur. Kriteria validitas dinyatakan dengan membandingkan nilai R hitung dengan R tabel, di mana R hitung adalah nilai korelasi yang dihitung dari data dan R tabel adalah nilai korelasi kritis pada tingkat signifikansi tertentu. Dari hasil uji validitas tersebut, dapat dilihat bahwa semua variabel lokasi (X1 hingga X13) memiliki nilai R hitung yang signifikan secara statistik dengan R tabel sebesar 0,270. Semua nilai R hitung melebihi R tabel, dan oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa setiap variabel lokasi (X1 hingga X13) dianggap valid atau memiliki validitas yang baik. Secara khusus, nilai R hitung tertinggi terdapat pada variabel X2 dengan nilai sebesar 0,826, sementara nilai terendah terdapat pada variabel X5 dengan nilai 0,654. Meskipun terdapat variasi dalam nilai-nilai ini, semua variabel tetap memenuhi kriteria validitas dengan nilai R hitung yang jauh melebihi nilai R tabel. Dengan demikian, hasil uji validitas ini memberikan indikasi bahwa semua pernyataan dalam variabel lokasi (X1 hingga X13) memiliki hubungan korelasi yang signifikan dan valid, menegaskan keakuratan pengukuran variabel lokasi dalam penelitian ini.

Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y1)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Y1	0,419	0,270	Valid
Y2	0,522	0,270	Valid
Y3	0,377	0,270	Valid
Y4	0,354	0,270	Valid
Y5	0,502	0,270	Valid
Y6	0,610	0,270	Valid
Y7	0,457	0,270	Valid
Y8	0,591	0,270	Valid

Y9	0,360	0,270	Valid
Y10	0,642	0,270	Valid
Y11	0,547	0,270	Valid
Y12	0,515	0,270	Valid
Y13	0,488	0,270	Valid

Sumber: Pcneliti, 2024

Tabel 4.9 menyajikan hasil uji validitas variabel keputusan menginap (Y1) menggunakan Pearson Correlation. Uji ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana hubungan linear antara variabel-variabel keputusan menginap yang diukur. Kriteria validitas ditentukan dengan membandingkan nilai R hitung dengan R tabel, di mana R hitung adalah nilai korelasi yang dihitung dari data dan R tabel adalah nilai korelasi kritis pada tingkat signifikansi tertentu.

Dari hasil uji validitas tersebut, dapat dilihat bahwa semua variabel keputusan menginap (Y1 hingga Y13) memiliki nilai R hitung yang signifikan secara statistik dengan R tabel sebesar 0,270. Nilai-nilai R hitung ini melebihi R tabel pada tingkat signifikansi tertentu, yang menunjukkan bahwa setiap variabel keputusan menginap dianggap valid atau memiliki validitas yang baik. Variabilitas terdapat dalam nilai-nilai R hitung antara variabel-variabel. Nilai R hitung tertinggi terdapat pada variabel Y10 dengan nilai sebesar 0,642, sementara nilai terendah terdapat pada variabel Y4 dengan nilai 0,354. Meskipun terdapat perbedaan dalam nilai-nilai ini, semua variabel memenuhi kriteria validitas dengan nilai R hitung yang jauh melebihi nilai R tabel.

Keterangan "Valid" pada setiap variabel mengindikasikan bahwa semua pernyataan dalam variabel keputusan menginap (Y1

hingga Y13) memiliki hubungan korelasi yang signifikan dan valid, menegaskan keakuratan pengukuran variabel keputusan menginap dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil uji validitas ini memberikan keyakinan bahwa variabel-variabel keputusan menginap dapat diandalkan dan dapat dianggap sebagai alat yang valid untuk mengukur dimensi atau konstruk tertentu yang terkait dengan keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.931	13

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Tabel 4.10 menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel lokasi (X1) dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur sejauh mana setiap item atau pernyataan dalam suatu variabel saling konsisten atau dapat diandalkan. Dari hasil uji reliabilitas tersebut, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,931 untuk variabel lokasi (X1) yang terdiri dari 13 item. Nilai ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, mencapai tingkat keandalan yang baik.

Dengan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi ambang batas umum reliabilitas yaitu diatas atau lebih dari 0,6 dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) dalam

penelitian ini memiliki tingkat konsistensi atau reliabilitas yang sangat baik. Artinya, setiap pernyataan atau item dalam variabel lokasi dapat dianggap konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur dimensi lokasi dalam konteks Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Hal ini memberikan keyakinan bahwa hasil pengukuran variabel lokasi dapat diandalkan dan mewakili aspek yang diinginkan dengan baik.

Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menginap (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	13

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Tabel 4.11 menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Menginap (Y1) menggunakan Cronbach's Alpha. Dari hasil uji reliabilitas tersebut, ditemukan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,719. Nilai ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang cukup baik, di mana nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 mengindikasikan konsistensi yang tinggi antara item-item dalam variabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Menginap (Y1) dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang Baik. Tingkat reliabilitas yang baik ini memberikan keyakinan bahwa setiap item dalam variabel keputusan menginap ini saling

mendukung dan konsisten, sehingga dapat diandalkan sebagai alat pengukuran yang konsisten untuk mengukur dimensi atau konstruk terkait dengan Keputusan Menginap pada Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam.

79

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

13

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Metode pengujian normalitas menggunakan kolmogorov-smimov sebagai berikut:

3

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.50295143
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.063
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Tabel 4.12 menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada variabel yang diukur. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi data mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat mempengaruhi pemilihan analisis statistik yang tepat. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai statistik uji sebesar 0,071 dengan tingkat signifikansi asymptotic significance atau Asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 Oleh karena itu, dapat dianggap bahwa data pada variabel yang diukur memiliki distribusi yang normal.

4.1.5.2 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	45.546	4.445		.000
	Lokasi	.144	.080	.249	.079

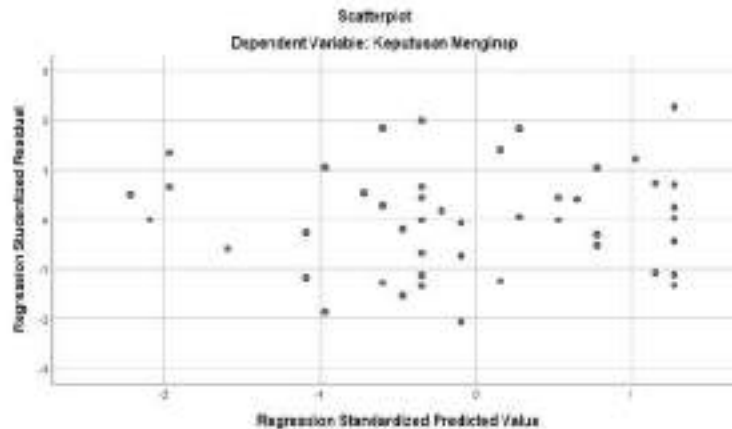
a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.13 menyatakan bahwa hasil dari signifikansi dari variabel lokasi adalah 0,079 yang dimana lebih besar daripada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa untuk variabel lokasi tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini juga didukung oleh hasil scatterplot yang ada pada tabel gambar 4.14 berikut yang mana dapat dilihat bahwa titik-titik tidak berada diatas dan dibawah atau

berada pada angka 0 serta menyebar tidak membentuk suatu pola yang bergelombang, melebar ataupun menyempit.

Gambar 4.3 Scatterplot Heterokedastisitas



Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

77

4.1.6 Analisis Regresi Linear

4.1.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

47

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.693	.649	2.755

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Tabel 4.14 menampilkan hasil uji koefisien determinasi R^2 pada suatu model regresi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Dari hasil tabel nilai R yang

3

didapat sebesar 0.798 menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen dalam model. Untuk nilai Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.693. Ini berarti sekitar 69,3% dari variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini. Artinya Persentase ini memberikan gambaran adanya hubungan positif yang kuat antara variabel independen (Lokasi) dan variabel dependen (Keputusan Menginap)

4.1.6.1 Uji T

Tabel 4.15 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.546	4.445		10.246	.000
	Lokasi	.756	.080	.249	1.797	.079

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Tabel 4.15 menyajikan hasil uji t untuk variabel lokasi. Uji t ini digunakan untuk mengevaluasi signifikansi statistik dari koefisien regresi unstandar (B) dan menentukan apakah setiap variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari lokasi adalah sebesar 0.079 yang dimana lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang potensial terhadap variabel dependen.

Secara keseluruhan, hasil uji t ini memberikan indikasi bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari konstanta dan potensial dari variabel independen (Lokasi) terhadap variabel dependen (Keputusan Menginap).

4.2 Pembahasan

Hasil analisis data dalam penelitian ini, yang telah diproses menggunakan aplikasi SPSS versi 25, menunjukkan bahwa uji instrumen penelitian, meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, telah menghasilkan item pertanyaan yang valid dan reliabel. Artinya, setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan mampu mengukur konsep yang diinginkan dengan akurat.

Setelah melalui tahap uji instrumen, penelitian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas dan uji heterokedastisitas. Hasil uji ini menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal, dan tidak ada tanda-tanda heterokedastisitas. Dengan kata lain, asumsi-asumsi klasik dalam analisis regresi linear telah terpenuhi.

Dengan demikian, keseluruhan hasil analisis data menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan, sesuai dengan asumsi-asumsi yang diterapkan dalam analisis statistik. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan interpretasi hasil dan penarikan kesimpulan terkait dengan variabel-variabel yang diteliti.

Pengujian dilanjutkan ketahap menguji hipotesis yang hasilnya akan dijabarkan sebagai berikut:

- Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, dinyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif sebesar 0,756 terhadap keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Temuan ini didukung oleh hasil uji T, di mana signifikansi variabel lokasi adalah $0,079 > 0,05$, dan nilai T hitung sebesar $1,797 > 1,984$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Selanjutnya, uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa model regresi dapat menjelaskan variasi keputusan menginap sebesar 69,3%, yang mengindikasikan tingkat kecocokan yang tinggi antara variabel lokasi dan keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Secara kumulatif, hasil ini memberikan gambaran yang positif terkait dengan kontribusi variabel lokasi dalam menjelaskan variabilitas keputusan menginap di hotel tersebut.

Hasil analisis ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang sejauh mana variabel lokasi berperan dalam memengaruhi keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam, serta memberikan dasar untuk perumusan kebijakan atau strategi yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan pilihan menginap di hotel tersebut.

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam. Temuan ini didukung oleh hasil uji T, di mana signifikansi variabel lokasi adalah $0,079 > 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $1,797 < 1,984$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menginap.

12

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

5.2.1. Saran kepada Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam

1. Penulis berharap untuk Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam dapat mempertahankan kualitas supaya tetap menjadi salah satu hotel terbaik di Batam.
2. Penulis berharap Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam mempertahankan lokasinya saat ini agar tamu dari dalam dan luar kota dapat mengakses hotel dengan lokasi strategis dan harga terjangkau.

5.2.2. Saran untuk peneliti selanjutnya

- Selama proses pengambilan data, ada kemungkinan bahwa informasi yang diberikan oleh responden dalam kuisioner tidak sesuai dengan pertanyaan yang ditanyai. Akibatnya, Anda harus lebih memperhatikan hasil jawaban responden.

DAFTAR PUSTAKA

- ⁵⁸ Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, S. P., MS, N. H. A., ... Ustiawaty, J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV, Pustaka Ilmu Group.
- ⁸⁷ Ali, S. K., & Simdani, D. L. (2018). Analisa Pengaruh Lokasi Dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 104–113.
- Dewi, N. K. T. U. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Bintang Bali Resort*. Bali: Disertasi Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- ¹⁷ Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi*.
- ⁶⁴ Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- ³⁴ Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen operasi: Manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan* (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Kaka, Y. T. R. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Pada Pop! Hotel Di Surabaya*. Surabaya: Skripsi Universitas Narotama.
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Phillip, & Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, John T. Bowen, dan James C. Makens. (2014). *Marketing for*

Hospitality and Tourism. Edisi ke-6. Boston: Pearson.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.

4 Moningga, R. F. C., & Loindong, S. S. R. (2016). Pengaruh Servicescape Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 768–892.

Mujiono, M., & Wibawanto, S. (2021). Pengaruh Attraction, Servicescape Wisata Dalam Meningkatkan Revisit Intention Wisatawan Dengan Visitor Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(6), 948–971.

Munawaroh, S. (2013). *Strategi Lokasi Usaha*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Praptiningrum, D. A., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap di Hotel Mercure Jakarta Gatot Subroto. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 12-25.

Ramadani, N., & Firdausy, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Makassar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 36-46.

43 Ramli, R. A. L. P., Agustiani, I. N., & Silalahi, R. Y. B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Travelodge Hotel Batam. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 97-112.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

- Rivaldo, Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel. *Jurnal As-Said*, 1(1), 98-106.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- ¹⁷ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- ¹⁷ Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Manajemen* (5th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. ¹⁶ Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. Y., & Adhila, F. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 pada Operasional Hotel di The Atrium Hotel and Resort Yogyakarta. *Media Wisata*, 19(2), 206-216.

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian



POLITEKNIK PAHAWISATA BATAM
J. Gajah Mada, The Villa City Complex
Tihon, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
<http://btp.ac.id>

Batam, 15 Juni 2023

No : 077/DKET-BTP/VI/2023
Perihal : Permohonan Observasi Proyek Akhir

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Swiss-Belhotel Harbour Bay
di Tempat

Dengan Hormat,
Dalam rangka penyelesaian Proyek Akhir sebagai syarat kelulusan, mahasiswa Program Studi Manajemen Devisi Kamar Batam Tourism Polytechnic akan melakukan kunjungan observasi dengan keterangan:

Nama : Winry
NIM : 2620010011
Judul PA : Pengaruh Servicescape dan Lokasi Terhadap keputusan Menginap di Swiss-Belhotel Harbour Bay

Besar harapan kami pihak Manajemen Swiss-Belhotel Harbour Bay dapat mempersilakan mahasiswa tersebut melakukan observasi.

Demikianlah surat permohonan ini kami buat. Atas perhatian dan kerjasamanya yang Bapak/Ibu berikan, kami ucapkan terima kasih.



M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA
Direktur Batam Tourism Polytechnic

Lampiran 2: Surat Pengantar Penelitian



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danang Aprianto
Jabatan : Front Office Manager

Menerangkan sesungguhnya bahwa nama yang disebut di bawah ini:

Nama : Winoy
NIM : 2020010011
Alamat : Kampus Politeknik Pariwisata Batam
: Jl. Gajah Mada Komplek Vika City Tihon Ayu, Kota Batam, 29425

Telah melakukan penelitian di Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam dengan baik.
Demikian surat keterangan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Saya,



Danang Aprianto,
Front Office Manager

Swiss-Belhotel Harbour Bay
Harbour Bay Complex, Jalan Duyung, Sei Jodoh, Batu Ampar Batam 29432, Indonesia
Telephone: (+62-778) 741 5088 Fax: (+62-778) 741 5089
E-mail: batam@swiss-belhotel.com
www.swiss-belhotel.com



Lampiran 3: Kuisiener Penelitian

- Halaman 1

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Swiss-BelHotel Harbour Bay
Batam.

Kepada Yth. Saudara/i
Di
Tempat

Perkenalkan Nama saya Winny mahasiswi aktif semester 7 program studi Manajemen Divisi Kamar di Batam Tourism Polytechnic. Dalam rangka memperoleh gelar sarjana (D4), maka dari itu peneliti melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam"

Oleh karena itu, peneliti membutuhkan sejumlah data untuk diolah dan kemudian akan dijadikan sebagai bahan penelitian. Peneliti memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi seluruh pertanyaan yang terdapat pada kuisiener dengan sebenar-benarnya. Seluruh identitas, data, dan jawaban yang diberikan akan digunakan sebagai kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisiener ini, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,
Winny

- Halaman 2

Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - o Laki – Laki
 - o Perempuan
3. Usia

- 18 – 23 Tahun
 - 24 – 29 Tahun
 - 30 – 35 Tahun
 - 36 – 41 Tahun
 - > 41 Tahun
4. Jenis Pekerjaan
- Pelajar/Mahasiswa
 - Wirausaha
 - Karyawan
 - Ibu Rumah Tangga
 - Yang Lain:
5. Domisili
- Batam
 - DKI Jakarta
 - Bandung
 - Yogyakarta
 - Yang Lain:
6. Pendapatan perbulan
- < Rp 5.000.000
 - Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 - Rp 10.000.000 – 15.000.000
 - > Rp 15.000.000

- **Halaman 3**

Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban dari beberapa pertanyaan yang sudah dilampirkan sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan menggunakan skala 1 – 5 dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju / STS

2 = Tidak Setuju / TS

3 = Cukup Setuju / CS

4 = Setuju / S

5 = Sangat Setuju / SS

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
Akses						
1	Akses menuju Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam mudah dijangkau					
2	Saya merasa nyaman dengan kelancaran akses menuju Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam					
3	Akses menuju Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam dapat ditempuh dengan segala transportasi					
Visibilitas						
1	Saya merasa mudah untuk menemukan lokasi Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam					
2	Saya merasa mudah untuk melihat bangunan hotel dari jarak pandang dekat maupun jauh					
3	Saya dapat dengan mudah melihat bentuk hotel melalui media internet					
Lalu Lintas						
1	Saya tidak merasa terganggu dengan arus lalu lintas menuju lokasi					
2	Saya tidak merasa terganggu dengan kepadatan lalu lintas ketika menuju lokasi					
Tempat Parkir						
1	Saya merasa lokasi tempat parkir sangat aman					
2	Saya merasa ketersediaan lahan parkir sangat luas					
3	Tempat parkir yang disediakan tersedia untuk kendaraan roda 2 dan roda 4					
Lingkungan						
1	Lingkungan lokasi hotel Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam berada di tempat yang aman					
2	Keadaan lingkungan sekitar sangat bersih dan nyaman					

- **Halaman 4**

Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban dari beberapa pertanyaan yang sudah dilampirkan sesuai dengan jawaban yang anda yakini dengan menggunakan skala 1 – 5 dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju / STS

2 = Tidak Setuju / TS

3 = Cukup Setuju / CS

4 = Setuju / S

5 = Sangat Setuju / SS

No.	Pertanyaan	53 Jawaban				
		STS(1)	TS (2)	CS (3)	S(4)	SS(5)
Pemilihan Produk						
1	Saya memilih Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam karena dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan					
2	Saya memilih Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam karena kualitas yang diberikan					
Pemilihan Merek						
1	Saya memilih Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam karena termasuk salah satu hotel terbaik.					
2	Saya memilih Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam karena memiliki reputasi yang baik					
3	Saya memilih Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam karena mendapatkan banyak penghargaan					
Pemilihan Penyalur						
1	Ketika melakukan pemesanan hotel saya memilih di berbagai penyalur.					
2	Ketika melakukan pemesanan hotel saya membandingkan harga terlebih dahulu diberbagai penyalur					
Waktu pembelian						
1	Saya menginap Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam dalam periode tertentu					
2	Ketika pemesanan kamar selalu dalam kurun waktu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan					
Jumlah Pembelian						

1	Saya akan membeli beberapa produk yang dijual oleh Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam					
2	Saya akan membeli lagi produk yang sama lebih dari 1 kali sesuai kebutuhan.					
3	Saya tidak merasa keberatan untuk melakukan pembayaran untuk beberapa fasilitas berbayar					
Metode Pembayaran						
1	Saya merasa mudah ketika melakukan pembayaran di Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam					
2	Saya tidak merasa keberatan jika metode pembayaran yang saya inginkan tidak tersedia atau memiliki kendala sehingga harus mengganti metode pembayaran dengan yang lain					

10
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
X1	0,700	0,270	Valid
X2	0,826	0,270	Valid
X3	0,759	0,270	Valid
X4	0,790	0,270	Valid
X5	0,654	0,270	Valid
X6	0,712	0,270	Valid
X7	0,719	0,270	Valid
X8	0,745	0,270	Valid
X9	0,783	0,270	Valid
X10	0,747	0,270	Valid
X11	0,811	0,270	Valid
X12	0,746	0,270	Valid
X13	0,735	0,270	Valid

10
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Y1	0,419	0,270	Valid
Y2	0,522	0,270	Valid
Y3	0,377	0,270	Valid
Y4	0,354	0,270	Valid
Y5	0,502	0,270	Valid

Y6	0,610	0,270	Valid
Y7	0,457	0,270	Valid
Y8	0,591	0,270	Valid
Y9	0,360	0,270	Valid
Y10	0,642	0,270	Valid
Y11	0,547	0,270	Valid
Y12	0,515	0,270	Valid
Y13	0,488	0,270	Valid

Lampiran 6: Hasil Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel Lokasi

Pernyataan	Jumlah	Mean	Keterangan
X1	51	4,33	Very High
X2	51	4,27	Very High
X3	51	4,33	Very High
X4	51	4,45	Very High
X5	51	4,12	High
X6	51	4,35	Very High
X7	51	3,98	High
X8	51	3,84	High
X9	51	4,16	High
X10	51	3,96	High
X11	51	4,31	Very High
X12	51	4,29	Very High
X13	51	4,37	Very High

Lampiran 7: Hasil Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel Keputusan Menginap

Pernyataan	Jumlah	Mean	Keterangan
Y1	51	4,12	Very High
Y2	51	4,28	Very High
Y3	51	4,18	Very High
Y4	51	4,26	Very High
Y5	51	4,32	Very High
Y6	51	4,32	Very High
Y7	51	4,36	Very High
Y8	51	4,38	Very High
Y9	51	4,54	Very High
Y10	51	4,08	Very High
Y11	51	4,18	Very High
Y12	51	4,26	Very High
Y13	51	4,34	Very High

Lampiran 8: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	13

Lampiran 9: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menginap

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	13

Lampiran 10: Tabulasi Data Variabel Lokasi

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	Total
4	4	3	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	61
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	59
4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	2	3	1	2	3	3	42
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	54
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	54
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	61
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	63
4	4	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
3	3	3	5	2	4	4	4	5	4	4	5	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
5	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	52
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	5	5	5	3	3	3	2	2	4	4	4	50
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	52
5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	61
4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	5	5	53
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	1	5	50
5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65

3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
4	5	5	4	3	5	5	3	5	3	4	5	5	56
4	4	4	5	3	5	3	3	4	3	3	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	5	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	47
4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	64
4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	2	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
5	4	2	4	5	4	3	2	1	4	3	5	4	46
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	54
4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
4	3	3	3	4	5	2	2	1	3	4	1	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65

Lampiran 11: Tabulasi Data Variabel Keputusan Menginap

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Total
4	3	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	47
4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	52
5	5	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4	56
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	44
4	4	5	5	3	4	3	3	2	4	4	4	4	49
3	4	5	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	53
3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	54
4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	56
3	4	3	3	4	5	5	5	2	4	4	4	4	50
4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	59
5	4	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	60
5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	62

5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	49
5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	50
5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
5	5	5	4	4	4	4	5	2	3	3	2	4	50
5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	62
5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	60
5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	61
4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	56
4	5	4	4	4	4	5	4	1	5	4	4	5	53
4	5	5	5	4	4	4	4	1	4	5	5	4	54
3	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	57
4	5	5	5	5	5	4	4	1	4	3	4	5	54
4	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	4	56
4	4	5	5	4	4	4	5	2	4	3	4	5	53
3	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	5	53
5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	54
3	3	3	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	48
4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	55
5	5	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	4	55
4	4	4	5	5	4	4	5	2	4	4	4	5	54
4	4	3	5	4	4	4	5	1	5	5	5	4	53
5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	58
5	5	4	3	4	4	4	5	2	4	5	4	4	53
4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	54
5	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	5	5	55
4	5	4	5	4	4	4	5	1	4	4	5	4	53
5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	57
3	3	3	5	4	4	5	5	2	4	4	5	5	52
4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	58
3	3	3	3	5	5	4	4	1	4	5	5	5	50
3	3	3	3	5	3	4	4	1	4	5	4	5	47
3	3	3	3	4	5	5	4	1	4	4	4	5	48
3	3	3	3	5	4	4	4	1	4	4	4	5	47
3	3	3	3	4	3	5	4	1	3	4	4	4	44
5	5	4	5	4	5	3	3	3	4	3	4	3	51
5	5	3	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	53
4	4	5	5	4	4	4	4	1	4	3	5	4	51
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65

Lampiran 12: Dokumentasi Foto



Lampiran 13: Curriculum Vitae

		CURRICULUM VITAE		
First Name	Winny			
Last Name	-			
Address	Permata Balai blok G1/1			
Gender	Perempuan			
Place, Date of Birth	Batam, 25 Februari 2002			
Religion	Buddha			
Email	Winnylim2526@gmail.com			
EDUCATION (Please write in chronological order)				
Month Year Start	Month Year End	School Name	Location	Qualification Obtained
07/2006	06/2008	Kindergarten Immanuel	Batam	-
07/2008	06/2014	Elementary Santo Yusup	Batam	-
07/2014	06/2017	Junior Santo Yusup	Batam	-
07/2017	06/2020	Senior Santo Yusup	Batam	Social Studies
08/2020	2024	Batam Tourism Polytechnic	Batam	Room Division Management
EXPERIENCE (Please write in chronological order)				
Month Year Start	Month Year End	Company	Location	Qualification Obtained
01/2021	10/2021	PT. IMT Asia Pasifik	Batam	Social Media & Database Admin
08/2022	07/2023	CV. Gracias Nusantara	Batam	Administrative
08/2023	Now	PT. Batamindo Investment Cakrawala	Batam	Executive Customer Service
SKILL HIGHLIGHTS (Please write in chronological order)				
Hard Skill			Soft Skill	
			Time Management	
			Interpersonal Skill	
			Microsoft Office	
CERTIFICATIONS (Please write in chronological order)				
1. Awarded as Best Student by PE teacher in June 2020				
2. Awarded as a Best Craft by Manager in March 2021				

RIWAYAT HIDUP



Winny, lahir di Tg. Balai Karimun pada 25 Februari 2002. Anak ketiga dari pasangan Alm. Bapak AbunSani dan Almh. Ibu HuiCu. Penulis menempuh pendidikan dari tahun 2006 yaitu TK di TK Imanuel, melanjutkan sekolah dasar di SD hingga SMA di Santo Yusup Karimun dan lulus pada tahun 2020. Setelah lulus SMA,

penulis melanjutkan studi di Politeknik ⁸ Pariwisata Batam dan mengambil jurusan D (IV) Manajemen Divisi Kamar, menempuh pendidikan dalam kurun waktu 4 tahun. Selama proses perkuliahan, penulis mendapatkan dua kali kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja lapangan ⁸ (*on the job training*), dimana praktik kerja lapangan yang pertama dilaksanakan di hotel berbintang 5 yaitu Hotel Intrecontinental Bandung Dago Pakar dan bekerja di PT. Batamindo Invesment Cakrawala pada tahun 2023 sampai saat ini.

Done BAB 1 - 5 (Winny) - Revised Done

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

18%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to vitka

Student Paper

3%

2

scholar.unand.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

1%

4

publication.petra.ac.id

Internet Source

1%

5

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

6

Submitted to IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik
Bangka Belitung

Student Paper

1%

7

123dok.com

Internet Source

1%

8

repository.btp.ac.id

Internet Source

1%

9

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

1%

10	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1 %
12	Submitted to Politeknik STIA LAN Student Paper	<1 %
13	Submitted to stipram Student Paper	<1 %
14	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
15	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Slamet Riyadi Student Paper	<1 %
18	repository.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1 %
20	repository.president.ac.id Internet Source	<1 %
21	repository.umsu.ac.id Internet Source	

<1 %

22

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

<1 %

23

adoc.pub

Internet Source

<1 %

24

Submitted to Idaho State University

Student Paper

<1 %

25

dspace.uui.ac.id

Internet Source

<1 %

26

Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf
Tangerang

Student Paper

<1 %

27

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.untar.ac.id

Internet Source

<1 %

29

eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id

Internet Source

<1 %

30

eprints.undip.ac.id

Internet Source

<1 %

31

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

32

repositori.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

33

www.como.gov

Internet Source

<1 %

34

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

Student Paper

<1 %

35

dspace.uc.ac.id

Internet Source

<1 %

36

eprints.mercubuana-yogya.ac.id

Internet Source

<1 %

37

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

<1 %

38

Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia

Student Paper

<1 %

39

repository.pelitabangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

40

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1 %

41

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

42

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

43

Submitted to Global Banking Training

Student Paper

<1 %

44

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

45

openjournal.unpam.ac.id

Internet Source

<1 %

46

repository.nusaputra.ac.id

Internet Source

<1 %

47

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1 %

48

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

49

Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia

Student Paper

<1 %

50

repository.ustjogja.ac.id

Internet Source

<1 %

51

dokumen.tips

Internet Source

<1 %

52

download.garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

53

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

<1 %

54

jurnal.poltekba.ac.id

Internet Source

<1 %

55

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

56

Submitted to International Islamic University
Malaysia

Student Paper

<1 %

57

Submitted to Universitas International Batam

Student Paper

<1 %

58

repo.undiksha.ac.id

Internet Source

<1 %

59

repository.mercubuana.ac.id

Internet Source

<1 %

60

repository.upstegal.ac.id

Internet Source

<1 %

61

riset.unisma.ac.id

Internet Source

<1 %

62

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia

Student Paper

<1 %

63

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

<1 %

64

Submitted to Silpakorn University

Student Paper

<1 %

65	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1 %
66	eprints.ukh.ac.id Internet Source	<1 %
67	library.universitaspertamina.ac.id Internet Source	<1 %
68	repository.polita.ac.id Internet Source	<1 %
69	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
70	Submitted to MDCC - Kendall Campus Student Paper	<1 %
71	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
72	docobook.com Internet Source	<1 %
73	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
74	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
75	media.neliti.com Internet Source	<1 %
76	vdocuments.net Internet Source	<1 %

77	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	<1 %
78	positori.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
79	positori.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
80	eprints.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
81	eprints.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
82	jurnal.uui.ac.id Internet Source	<1 %
83	positori.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
84	positori.upi.edu Internet Source	<1 %
85	Submitted to Politeknik Pariwisata Lombok Student Paper	<1 %
86	atikawidowati.blogspot.com Internet Source	<1 %
87	ejournal.seminar-id.com Internet Source	<1 %
88	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	<1 %

89	Submitted to ppmsom Student Paper	<1 %
90	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
91	sman19kabtnng.sch.id Internet Source	<1 %
92	www.1001malam.com Internet Source	<1 %
93	www.nusatrip.com Internet Source	<1 %
94	batamtoday.com Internet Source	<1 %
95	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	<1 %
96	repository.dps.stp-bandung.ac.id Internet Source	<1 %
97	danielstephanus.wordpress.com Internet Source	<1 %
98	docplayer.info Internet Source	<1 %
99	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
100	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1 %

101

pdfcoffee.com

Internet Source

<1 %

102

stie-pertiwi.ac.id

Internet Source

<1 %

103

www.jaketkulitasli.co.id

Internet Source

<1 %

104

Rian Fajar Sidik, Jajuk Hermawati, Soni Kurniawan. "Pengaruh Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada Bento Kopi Yogyakarta", Widya Manajemen, 2021

Publication

<1 %

105

kc.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

106

repository.stp-bandung.ac.id

Internet Source

<1 %

107

www.rukamen.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off