

BAB IV

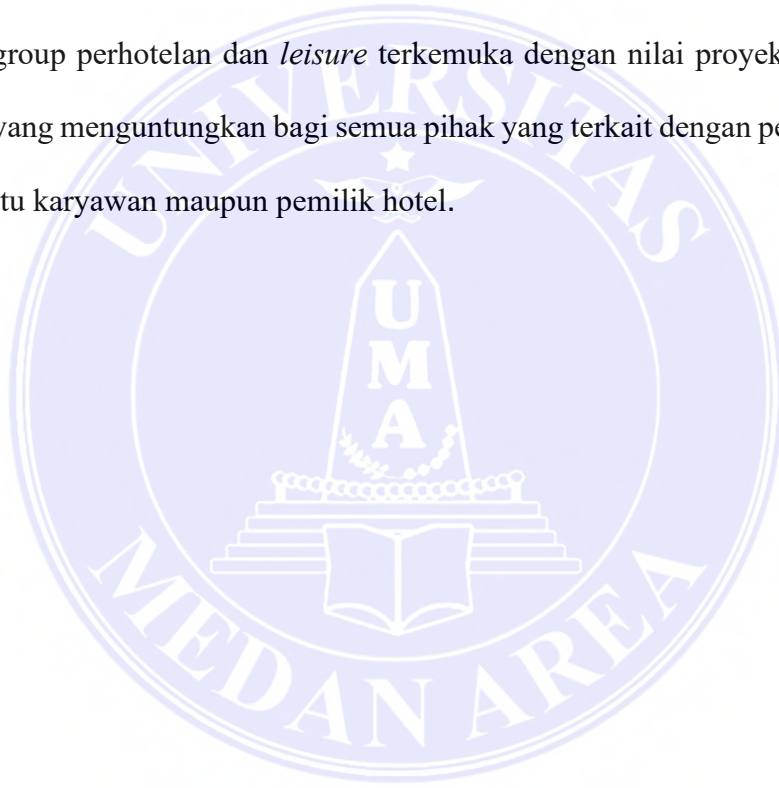
HASIL DAN PEMBAHASAN

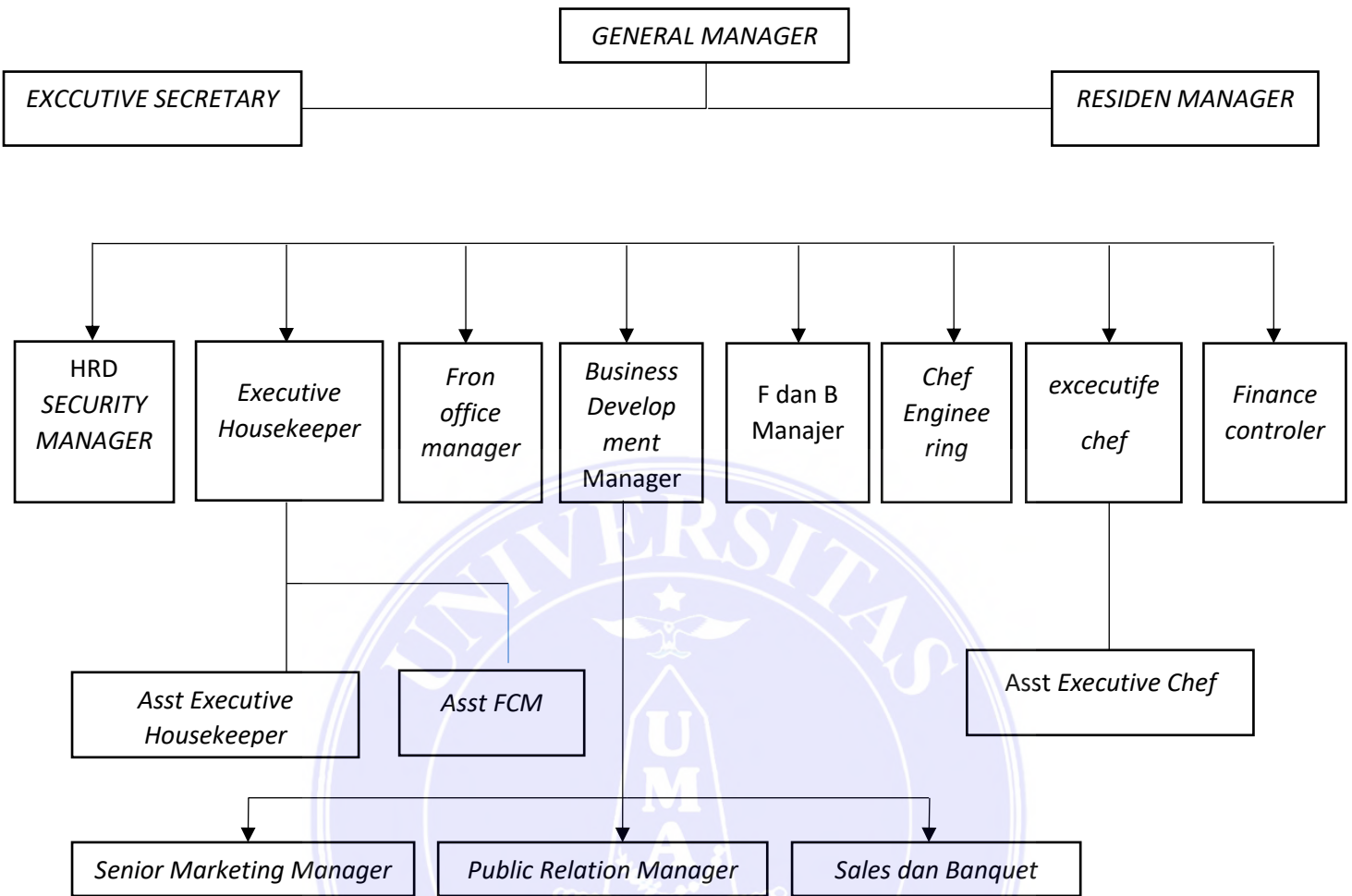
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Aryaduta Medan berdiri sejak Desember 2007 dan terletak dikawasan bisnis populer di Medan, tepatnya di jalan Jl. Kapten Maulana Lubis No.8, dengan berklarifikasi hotel berbintang 5 . Selain itu, Hotel Aryaduta Medan berada pada gedung yang sama dengan Mal Grand Palladium . Hotel Aryaduta Medan memiliki 195 kamar yang terdiri dari 97 *single*, 97 *double* , 1 *suwite* . Hotel Aryaduta Medan juga menyediakan fasilitas seperti *restaurant* , *swimming pool*, *bar* dan *spa*, hotel Aryaduta Medan juga memiliki *grand ball room*, *grand ball room* ini terletak di lantai 9 dengan kapasitas 1000 orang, *grand ball room* ini dapat di bagi menjadi tiga bagian, yaitu *ball room 1*, *ball room 2* dan *ball room 3*. Hotel Aryaduta Medan juga memiliki 5 *meeting room* dengan kapasitas yang berbeda beda yang terletak di lantai 10. Yang pertama adalah *meeting room 1* yang berkapasitas 50 orang, *meeting room 2* yang berkapasitas 70 orang dan *meeting room 3* berkapasitas 12 orang, *meeting room 4* berkapasitas 50 orang dan *meeting room 5* berkapasitas 30 orang. Hotel Aryaduta Medan juga menyediakan jasa seperti *lundry*, *medical service*, *telepon service*, *airline office*, *business center* . Hotel Aryaduta Medan terdiri dari 4 lantai, yakni lantai ground, lantai pertama, lantai kedua, dan lantai ketiga dipakai untuk fasilitas hotel tersebut. Lobi hotel terbagi menjadi dua bagian yaitu lower loby dan sky loby, lower loby berada di lantai paling dasar yang bersebelahan dengan grand paladium, yang menghadap langsung kedepan kantor Walikota Medan, sedangkan sky loby berada dilantai 9 hotel.

4.1.1 Visi Misi Perusahaan

1. Visi hotel Aryaduta Medan yakni Menjadi hotel terbaik di kawasan timur Indonesia dari segi profesionalisme kerja, integritas, kepercayaan, kepuasan tamu, kekuatan di bidang finansial, kebersamaan sebagai sebuah group perusahaan, inovasi, kerjasama yang baik, kualitas pelayanan, produktivitas, dan kemauan untuk berkembang.
2. Misi hotel Aryaduta Medan yakni perusahaan memiliki tujuan untuk menjadi group perhotelan dan *leisure* terkemuka dengan nilai proyek pertumbuhan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan baik itu karyawan maupun pemilik hotel.





Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Hotel Aryaduta Medan

Sumber : Hotel Aryaduta Medan,2020

4.1.2 Pembagian Tugas Struktur Organisasi Hotel Aryaduta Medan

Berikut adalah pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing –masing bagian dalam struktur organisasi Hotel Aryaduta Medan yaitu;

1. General Manager

- a. Memimpin hotel dan menjadi fasilitator bagi seluruh karyawannya di semua level jabatan di unit hotel.

- b. Mengelola operasional harian hotel, merencanakan, melaksanakan, mengoordinasi, mengawasi, dan menganalisis semua aktivitas bisnis di hotel.

2. *Exccutive Secretary*

- a. Bertugas untuk memberikan bantuan administrasi pada manajemen level atas dengan membuat laporan statistik, menangani permintaan informasi, dan melakukan fungsi administrasi

3. *Residen Manager*

- a. Mengawasi dan bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan manajer lini pertama.
- b. Menentukan target yang harus dicapai oleh setiap departemen.

4. *HRD Securite Manager*

- a. Merupakan departemen yang bertugas menjaga dan mengatur keamanan hotel serta melakukan pengamanan seluruh area hotel dan ikut memantau kamar-kamar tamu, terutama yang dihuni agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan serta memantau keluar masuknya tamu di kamar hotel .

5. *Excutive Housekeeper*

- a. Melakukan rekrument karyawan,mewawancara,melatih serta mengawasi serta melakukan penilaian,evaluasi atau teguran terhadap karyawan secara berkala.

6. *Froom Office Manager*

- a. Berpartisipasi terhadap proses seleksi dan penerimaan staff hotel di bagian kantor depan hotel.

- b. Merencanakan pelatihan, cross train dan pelatihan (training) kembali para staff hotel di Front Office.
- c. Membuat dan mengatur schedule kerja staff hotel.

7. *Busines Development Manager*

- a. Melakukan riset pasar.
- b. Mencari peluang pelanggan baru dan menjaga relasi antar pelanggan atau klien.
- c. Bekerja sama dengan divisi lain untuk memenuhi kebutuhan pasar atau klien.
- d. Menyusun dan mempresentasikan rencana pengembangan bisnis perusahaan.

8. *F dan B Manajer*

- a. Bertanggung jawab mengatur pengelolaan sumber daya manusia, mengawasi pekerjaan dari posisi F&B lainnya, serta memastikan profit dari departemen yang dipimpinnya.

9. *Chef Engineering*

- a. Tugas Bertanggung jawab atas kelancaran penyaluran tenaga listrik keseluruh area *electric head section* hotel.
- b. Tugas *Electric*.
- c. *Power plan head section*.
- d. *K/L headsection*.
- e. *AC Supervisor*.

10. *Executife chef*

- a. Tugas utama dari *Head Chef* ini adalah mengkreasikan menu, bermain dengan bahan-bahan makanan dan menciptakan sensasi rasa-rasa baru. Dibutuhkan pengalaman dan ilmu yang kuat untuk dapat menduduki posisi "bos" ini.

11. *Finance Controler*

- a. Melakukan monitoring dan evaluasi atas laporan bulanan keuangan.
- b. Mereview realisasi kerja perusahaan secara berkala atau rutin.
- c. Melakukan evaluasi rencana bulanan perusahaan.

12. *Ass Executive Housekeeper*

- a. Menyelesaikan masalah yang timbul di Housekeeping Departmen .
- b. Mengajukan permohonan pembelian alat-alat dan bahan pembersih.

13. *Asst FCM*

- a. Bertanggung jawab penuh dalam kegiatan operasional bagian *Front Office*.
- b. Melakukan inspeksi keseluruhan area hotel. Memberikan laporan secara langsung kepada bagian departmen bila menemukan masalah disekitar area.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Deskriptif Objek Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada responden secara langsung di lokasi pengambilan sampel yaitu hotel Aryaduta Medan. Sampel dari penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel Aryaduta Medan sebanyak 448 orang pada bulan Oktober, November dan Desember 2020. Pendistribusian koesioner terhadap responden dengan membagikan koesioner secara langsung dan menjelaskan sedikit mengenai cara pengisiannya.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 82 responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Pengelompokan ini bertujuan untuk melihat secara jelas mengenai gambaran umum responden sebagai objek penelitian.

Distribusi kuesioner penelitian ini secara lengkap tersaji dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1
Distribusi Kuesioner

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
Distribusi kuesioner	82	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang kembali	82	100%
Kuesioner yang dapat diolah	82	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 Sebanyak 82 kuesioner di bagikan kepada tamu yang menginap di hotel Aryaduta Medan dan semua koesioner kembali sehingga semua koesioner dapat diolah.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan perhitungan frekuensi data responden berdasarkan usia diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
20 – 30	19	23%
31 – 40	30	37%
40 – 50	22	27%
50 – 60	11	13%
Total	82	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 82 orang, yang menjadi responden tertinggi berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah 31-40 tahun berjumlah 30 orang atau 37%.

4.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan perhitungan frekuensi data responden berdasarkan Jenis Kelamin diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Pria	57	70%
Wanita	25	30%
Total	82	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 82 orang, yang menjadi responden tertinggi berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah laki- laki sebanyak 70% atau 57 orang, sedangkan responden perempuan sebanyak 30% atau

25 orang. Disini yang menginap dominan adalah laki laki karna budaya indonesia/ timur laki –laki berumah tangga lebih bebas berpergian dibandingkan perempuan yang berumah tangga hususnya dalam pekerjaan laki-laki lebin dominan dari pada perempuan.

4.3 Hasil Uji Valisitas dan Reliabilitas

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititik beratkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrumen pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 82 responden diperoleh nilai sebesar 0,217. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini.

Tabel 4.4
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Keterangan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan -1	0,711	0,217	Valid
Pertanyaan -2	0,796	0,217	Valid
Pertanyaan -3	0,772	0,217	Valid
Pertanyaan -4	0,728	0,217	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan di atas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,217), yang berarti semua item pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan dikatakan valid.

Tabel 4.5
Uji Validitas Fasilitas (X2)

Keterangan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan -1	0,667	0,217	Valid
Pertanyaan -2	0,735	0,217	Valid
Pertanyaan -3	0,649	0,217	Valid
Pertanyaan -4	0,720	0,217	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas fasilitas di atas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,217), yang berarti semua item pernyataan mengenai variabel fasilitas dikatakan valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas Harga (X3)

Keterangan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan -1	0,724	0,217	Valid
Pertanyaan -2	0,727	0,217	Valid
Pertanyaan -3	0,660	0,217	Valid
Pertanyaan -4	0,683	0,217	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel harga di atas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,217), yang berarti semua item pernyataan mengenai variabel harga dikatakan valid.

Tabel 4.7
Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)

Keterangan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan -1	0,723	0,217	Valid
Pertanyaan -2	0,674	0,217	Valid
Pertanyaan -3	0,683	0,217	Valid
Pertanyaan -4	0,630	0,217	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel keputusan konsumen di atas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,217), yang berarti semua item pernyataan mengenai variabel keputusan konsumen dikatakan valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.743	Reliabel
Fasilitas (X2)	0.633	Reliabel
Harga (X3)	0.648	Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0.610	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan keputusan konsumen dapat dikatakan reliabel karena Cronbach,s Alfa $> 0,60$

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini di deteksi melalui analisis grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka penelitian berdistribusi normal sebaliknya jika lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.9

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,04524040
	Absolute	,043
Most Extreme Differences	Positive	,043
	Negative	-,043

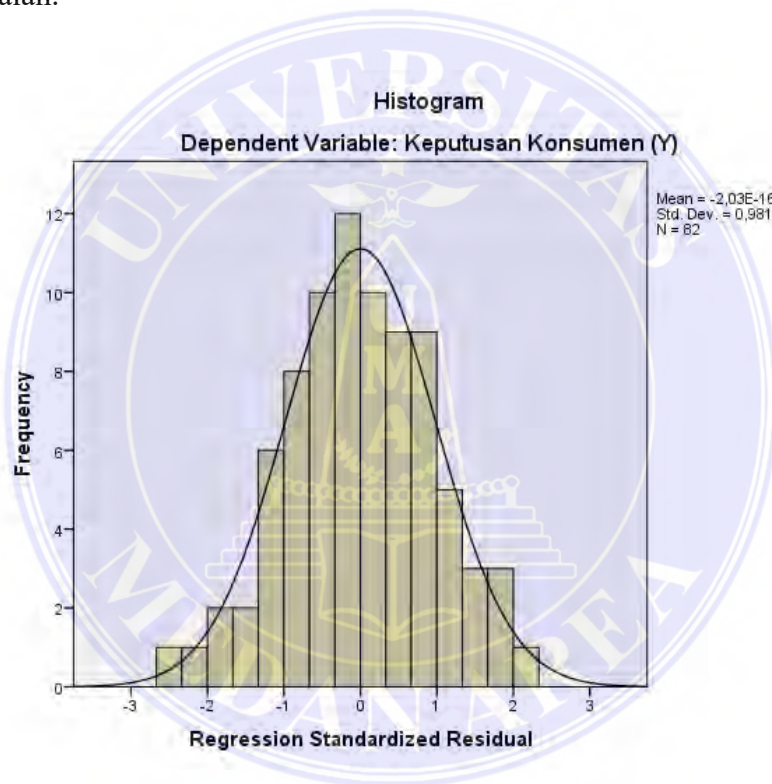
Kolmogorov-Smirnov Z	,387
Asymp. Sig. (2-tailed)	,998

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

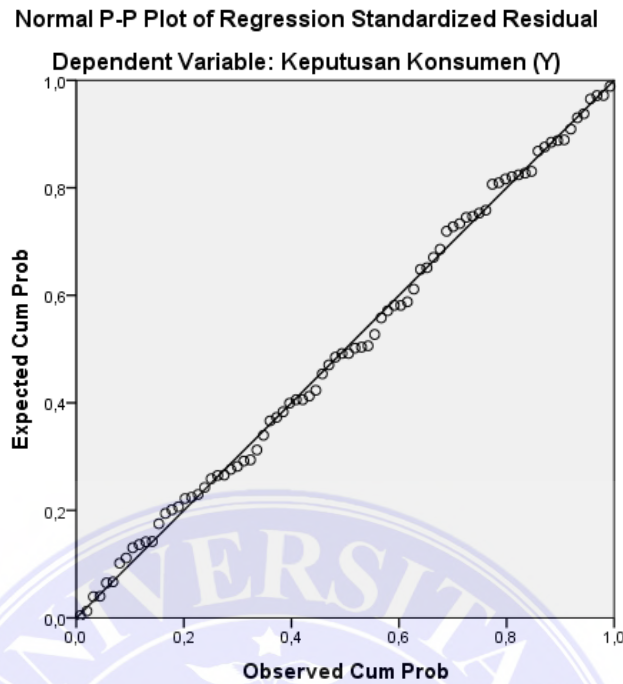
Berdasarkan tabel 4.9, hasil pengujian One Sample Kolmogorov-test menghasilkan *asymptotic significance* sebesar $998 \geq 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi kenormalan.



Gambar 4.2 Grafik Histogram

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Pada gambar 4.2 berdasarkan hasil output dari hasil pengolahan data diketahui bahwa grafik histogram adanya pola data yang baik dan mengikuti bentuk histogram yang hampir sama dengan distribusi normal, sehingga dapat diartikan bahwa distribusi data keputusan konsumen adalah normal.



Gambar 4.3 Normal P-Plot

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Berdasarkan gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut normal karena terlihat dari data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel bebas. Menurut (ghozali 2016 : 107) nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk multikolonieritas adalah tidak melebihi 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas.

Tabel 4.10

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,915	1,277		3,066	,003		
	Total_X1	,231	,074	,291	3,132	,002	,757	1,320
	Tota_X2	,214	,072	,286	2,961	,004	,703	1,422
	Total_X3	,297	,097	,301	3,059	,003	,676	1,479

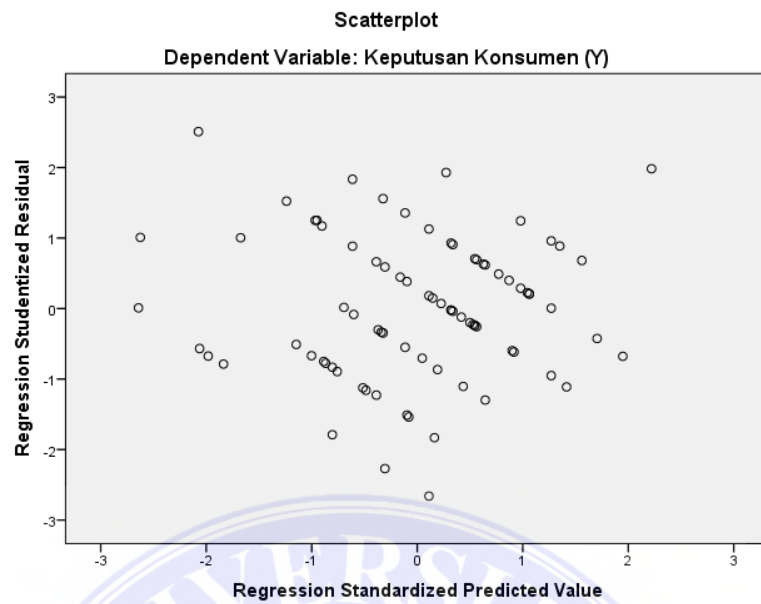
a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel kualitas pelayanan , fasilitas dan harga lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolienearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas.



Gambar 4.4 Uji Heterokedasitas
 Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Berdasarkan *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik ada yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu atau tidak teratur juga menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Regression*)

Regresi Linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antara beberapa variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi ini yaitu:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Linear Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,915	1,277		3,066	,003
	Total_X1	,231	,074	,291	3,132	,002
	Tota_X2	,214	,072	,286	2,961	,004
	Total_X3	,297	,097	,301	3,059	,003

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh persamaan berikut ini :

$$Y = 3.915 + 0,231 X_1 + 0,214 X_2 + 0,297 X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan Konsumen

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Fasilitas

X3 = Harga

1. Konstanta sebesar 3.915 artinya jika variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga adalah 0, maka besarnya keputusan konsumen (Y) adalah 3.915.
2. Kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,231. Hal tersebut bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan (1%) maka keputusan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,231 atau 23% dengan semua asumsi variabel independen lain konstan.
3. Fasilitas (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,214. Hal tersebut bahwa apabila fasilitas meningkat satu satuan (1%) maka keputusan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,214 atau 21% dengan semua asumsi variabel independen lain konstan.
4. Harga (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,297. Hal tersebut bahwa apabila harga meningkat satu satuan (1%) maka keputusan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,297 atau 29% dengan semua asumsi variabel independen lain konstan.

4.5.2 Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah model regresi atas kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Dan uji t yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,915	1,277		3,066	,003
	Total_X1	,231	,074	,291	3,132	,002
	Tota_X2	,214	,072	,286	2,961	,004
	Total_X3	,297	,097	,301	3,059	,003

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, data di olah 2021

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} pada tabel 4.12 di atas, dengan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1 = 78$. Dengan ketentuan tersebut diperoleh $t_{tabel} = (0,025; 78) = 1,990$. Hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 3,132 dengan tingkat signifikansi 0,002 maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai t_{hitung} $3,132 > t_{tabel}$ 1,990 dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas (X2) adalah 2,961 dengan tingkat signifikansi 0,004 maka variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,961 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$.

3. Nilai t_{hitung} untuk variabel harga (X3) adalah 3,059 dengan tingkat signifikansi 0,003 maka variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 3,059 > t_{tabel} 1,990$ dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$.

4.5.3 Uji F (Uji Secara Simultan)

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84,883	3	28,294	24,939	,000 ^b
	Residual	88,495	78	1,135		
	Total	173,378	81			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : Output SPSS, data di olah 2021

Pada Tabel 4.13 Dari hasil uji F pada tabel diatas diperoleh F_{hitung} yaitu 24.939 berdasarkan tabel dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05 diketahui bahwa $F_{tabel} = t(k;n-k) = t(3;79) = 2,72$.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh $F_{hitung} (24,939) > F_{tabel} (2,72)$. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.14

**Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 ^a	,490	,470	1,065

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas diperoleh koefisien determinasi ($Adj R^2$) sebesar 0,490 atau 49,0%, artinya bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan konsumen sebesar 49,0%, sementara 51,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Dari penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Karena nilai t_{hitung} 3,132 > 1,990 dengan nilai signifikan 0,002 < 0,05. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa perhotelan, apabila kualitas pelayanan semakin meningkat, maka keputusan konsumen akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan dimana penjual memberi servis kepada pembeli barang atau jasa sehingga dapat menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan. Adanya pelayanan yang ramah tersebut dapat mempengaruhi kegiatan seseorang yang akhirnya akan

menimbulkan keputusan apakah orang melakukan kegiatan ditempat itu atau tidak. Dengan begitu harapan pelayanan suatu tempat sangat penting bagi kelangsungan konsumen untuk melakukan transaksi.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Grace Persulesi (2008: 158) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

4.6.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen

Dari penelitian yang saya lakukan menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Karena nilai t_{hitung} 2,961 > 1,990 dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa perhotelan, artinya apabila fasilitas semakin baik, maka keputusan konsumen akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena kelengkapan fasilitas menjadi faktor penentuan pilihan konsumen untuk menggunakan jasa perhotelan. Fasilitas tersebut meliputi kamar yang representatif, sarana tempat olahraga, kolam renang, restoran, cafe, bar, dan lain sebagainya, sehingga konsumen merasa betah untuk menginap di hotel tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yineu Nur Layaalin (2017:40) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pelanggan.

4.6.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen, hal ini dapat dilihat bahwa harga memiliki nilai signifikansi 0,003 yang berarti nilai ini lebih kecil dari 0,05, sedangkan nilai t hitung 3,059 >

$t_{tabel} 1,990$. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya harga yang di tawarkan oleh hotel Aryaduta Medan akan mempengaruhi secara langsung keputusan konsumen untuk menginap di hotel ini, harga yang murah dan memberikan diskon memberikan kenyamanan bagi tamu dalam menginap disini, banyaknya pilihan hotel sejenis berbintang 5 dan berada di pusat kota serta akses mudah kemana-mana menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memutuskan menginap di hotel ini. Sebagai hotel bintang 5 Hotel Aryaduta Medan sering memberikan diskon yang disukai oleh konsumen sehingga tamu yang berasal dari luar kota maupun tamu yang didalam kota menempatkan pilihannya menginap di hotel Aryaduta Medan

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Vinita Chiristi (2010:20) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen.