

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI HOTEL LARIZ DEPARI MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

MELATI CRISTIN DEBORA BR.GULTOM

NPM : 188320167



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/6/23

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI HOTEL LARIZ DEPARI MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

MELATI CRISTIN DEBORA BR.GULTOM

NPM : 188320167



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/6/23

PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL LARIZ DEPARI MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**MELATI CRISTIN DEBORA BR.GULTOM
188320167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/6/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Lariz Depari Medan
Nama : MELATI CRISTIN DEBORA Br. GULTOM
NPM : 188320167
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding

(Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si)

Pembimbing

(Yuni Syahputri, SE, M.Si)

Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Rafki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul, "PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DIHOTEL LARIZ DEPARI MEDAN". sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 April 2023

Yang Membuat Pernyataan



Melati Cristin Debora Br.Gultom
NPM : 188320167

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : MELATI CRISTIN DEBORA BR.GULTOM
NPM : 188320167
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas *Royalty noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Lariz Depari Medan.** Dengan Hak Bebas Royalti firmat-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 11 April 2023

Yang Menyatakan



MELATI CRISTIN DEBORA BR.GULTOM
NPM : 188320167

RIWAYAT HIDUP

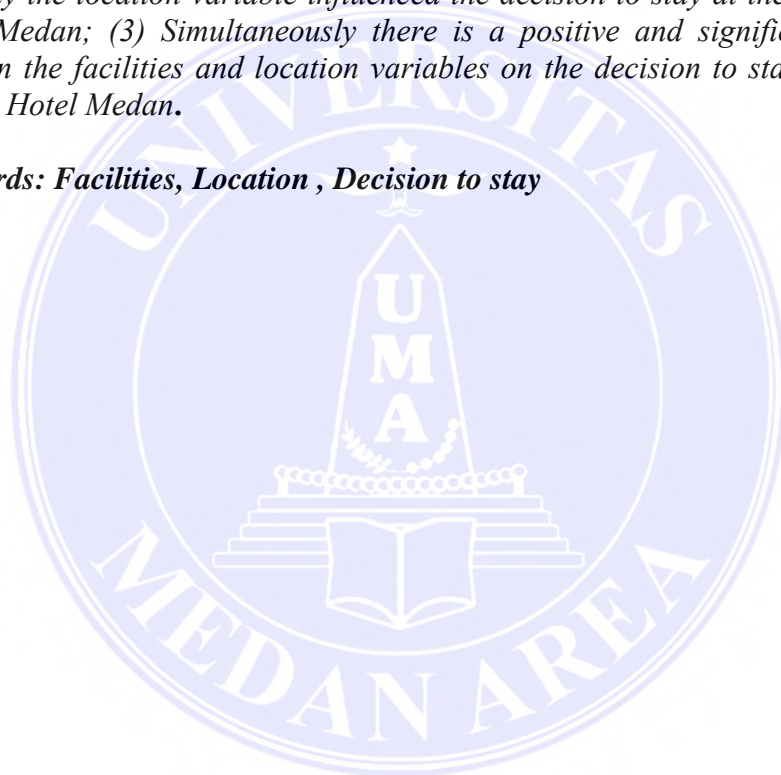


Nama	Melati Cristin Debora Br Gultom
NPM	188320167
Tempat, Tanggal Lahir	Binjai, 12 Oktober 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Robert Gultom
Ibu	Rosmelli Br Muham
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP NEGERI 1 BINJAI
SMA/SMK	SMA TAMAN SISWA BINJAI
Riwayat Studi di UMA	
Pengalaman Pekerjaan	
NO. HP/WA	082238205026
Email	melaticristinbr.gultom@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of facilities and location on the decision to stay at Lariz Depari Hotel Medan. The research method used was exploratory research, where the variables were measured using a Likert scale. Methods of data collection is done by interview (interview), with a list of questions (questionnaire) and study documentation. The population in this study were all customers of Lariz Depari Hotel Medan. totaling 57 people. Sampling with saturated sampling method or better known as census. In this study, the population was relatively small, as many as 57 people. Data processing using SPSS version 23 software, with descriptive analysis and multiple regression analysis hypothesis testing. The results showed that: (1) partially the facility variable influenced the decision to stay at the Lariz Depari Hotel Medan; (2) partially the location variable influenced the decision to stay at the Lariz Depari Hotel Medan; (3) Simultaneously there is a positive and significant influence between the facilities and location variables on the decision to stay at the Lariz Depari Hotel Medan.

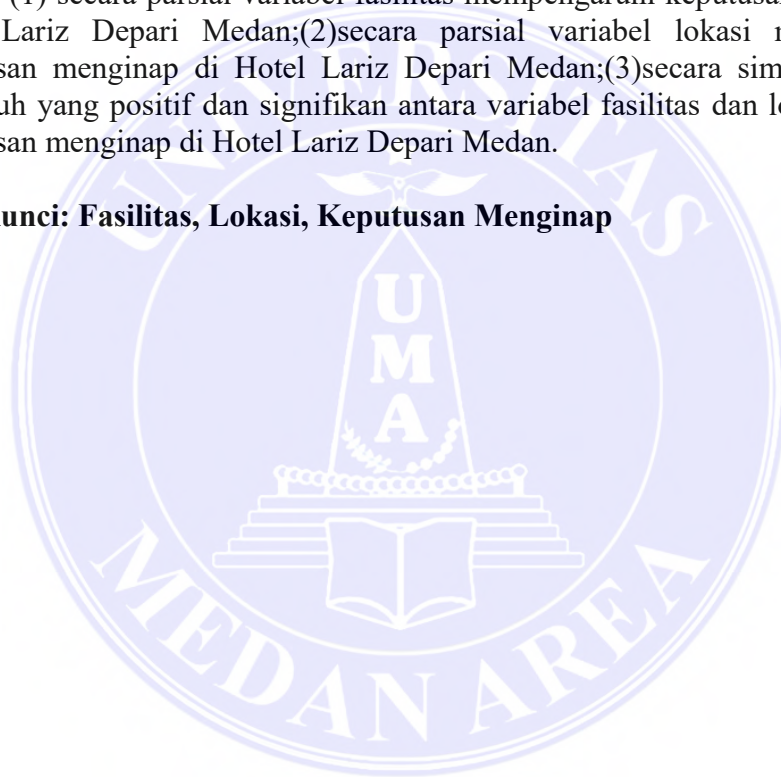
Keywords: *Facilities, Location , Decision to stay*



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksploratif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara (*interview*), dengan daftar pertanyaan (*questionnaire*) dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel Lariz Depari Medan. yang berjumlah 57 orang. Pengambilan sampel dengan metode sampling jenuh atau lebih dikenal dengan istilah sensus. Dalam penelitian ini jumlah populasi relatif kecil yaitu sebanyak 57 orang. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial variabel fasilitas mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan; (2) secara parsial variabel lokasi mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan; (3) secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

Kata kunci: Fasilitas, Lokasi, Keputusan Menginap



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya yang dilimpahkan kepada saya. sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir “SKRIPSI” ini dengan baik. Adapun judul dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL LARIZ DEPARI MEDAN”**. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Digital Marketing Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, saya menyadari ada banyak hambatan serta rintangan yang saya hadapi dari keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin penelitian ini berjalan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapkan terimakasih yang sangat tulus kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai Bapak Robert Gultom dan Ibu Rosmelli Br.Muham yang terus membantu dan memberikan dukungan doa, tenaga, kasih sayang bahkan materi kepada saya dari awal sampai selesainya skripsi ini. terimakasih untuk semua kasih sayang yang tak terhitung, dorongan semangat yang tak henti-henti nya untuk saya dan masih banyak lagi yang tidak akan bisa saya balaskan.

2. Kepada Oppung saya,yang sangat saya cintai yang selalu mendoakan, mendorong, memberi semangat kepada saya dan selalu menyayangi saya dengan tulus. Saya juga berterimakasih kepada Abang saya Oktavianus Gultom,Okta Firnando Gultom dan Cristianto Wibisono Gultom selaku Abang dari saya,yang terus memberikan semangat, doa dan perhatian kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dandan Ramdan, M.Eng.M Se selaku rektor Universitas Medan Area
4. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons),MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Sari Nuzullinna Rahmadhani,SE,Ak,M.Acc, selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
6. Ibu Rana Fathinah Ananda S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni
7. Ibu Nindya Yunita,S.Pd.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.dan juga selaku Dosen Sekretaris saya yang telah membantu dan memberi masukan terkait penulisan skripsi
8. Ibu Dr.Adelina Lubis,SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang sangat berperan serta peduli dari awal penyusunan penelitian ini dalam membantu membimbing saya dengan baik dan sabar serta penuh tanggungjawab.
9. Ibu Yuni Syahputri,SE,M.Si Selaku Dosen Pembanding saya yang telah meluangkan waktunya dalam memeriksa serta memberikan saran yang membangun untuk penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah memberiksn ilmu pengetahuan kepada saya.
11. Sahabat saya tercinta di kampus, Putri Ezramia Pasaribu dan Andre Yanta Sembiring yang setia memberikan waktu, tenaga, dan tetap memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi.
12. Diakhir Saya juga ucapkan Terimakasih kepada diri saya sendiri sudah mau diajak bekerjasama dan kuat untuk bisa melewati semua rintangan dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah bertahan dan kuat
13. Doakan apa yang dikerjakan,kerjakan apa yang di Doakan.

“Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN. Yeremia 17:7”

Tiada yang lebih pantas penulis ucapkan selain memanjatkan doa, semoga Tuhan Maha Esa membalas semua kebaikan yang saya peroleh. saya sudah berusaha menyelesaikan penelitian ini untuk mencapai hasil maksimal, namun semua tidak terlepas dari kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan guna melengkapi dan menyempurnakan penulisan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti dan pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, 11 April 2023



Melati Cristin Debora Br.Gultom

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Keputusan Pembelian	9
2.1.1.Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..	11
2.1.3.Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2. Fasilitas	14
2.2.1.Pengertian Fasilitas.....	14
2.2.2.Faktor Yang Diperhatikan Dalam Merancang Dukungan Fisik	16
2.2.3.Indikator Fasilitas	17
2.3. Lokasi	17
2.3.1.Pengertian Lokasi	17
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi.....	18
2.3.3.Indikator Lokasi.....	19
2.4. Penelitian Terdahulu.....	19
2.5. Kerangka Konseptual.	20
2.6. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian.	22
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	22
3.2.1. Tempat Penelitian.	22
3.2.2. Waktu Penelitian.....	22
3.3. Populasi Dan Sampel.....	23
3.3.1. Populasi.	23
3.3.2.Sampel	23
3.4. Definisi Operasional	24
3.5. Jenis dan Sumber Data	25
3.6. Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	26

3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	27
3.7.3. Uji Statistik.....	28
3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Hasil Penelitian.....	31
4.1.1. Sejarah Singkat Hotel Lariz Depari Medan.....	31
4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Hotel Lariz Depari Medan.....	32
4.1.3. Struktur Organisasi Hotel Lariz Depari Medan.....	33
4.1.4. Deskripsi Pekerjaan	33
4.1.5. Penyajian Data Responden	36
4.1.6. Penyajian Data Angket Responden	37
4.2. Uji Validitas dan reabilitas	40
4.3. Uji Asumsi Klasik	43
4.4. Model Regresi Linier Berganda	48
4.5. Uji Koefisien Detrerminasi (R^2).....	50
4.6. Uji Hipotesis	51
4.7. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Hotel Periode 2016-2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Fasilitas (X_1)	38
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi (X_2).....	38
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Menginap (Y).....	39
Tabel 4.6 Validitas Variabel Fasilitas	40
Tabel 4.7 Validitas Variabel Lokasi.....	41
Tabel 4.8 Validitas Variabel Keputusan Menginap	41
Tabel 4.9 Reliabilitas Data Variabel X_1	42
Tabel 4.10 Reliabilitas Data Variabel X_2	43
Tabel 4.11 Reliabilitas Data Variabel Y	43
Tabel 4.12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.16 ANOVA ^a	52
Tabel 4.17 Uji t.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Hotel Lariz Depari Medan	33
Gambar 4.2 Grafik Histogram	45
Gambar 4.3. Grafik normal probability.....	46
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Data Hasil Penelitian	64
Lampiran 3 Hasil Uji Spss	70
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	74
Lampiran 5 Surat Selesai Penelitian	75



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2013).

Perusahaan lokal semakin dipaksa untuk mengenali perilaku konsumen dan kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki nilai tambah yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lain. Nilai tambah yang ditawarkan terus memberikan stabilitas kepada calon pelanggan dalam bertransaksi atau mendorong pelanggan lama untuk kembali berbisnis. Pelaku bisnis harus selalu memantau perubahan perilaku konsumen untuk mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, yang kemudian dapat dijadikan bahan penelitian untuk memperbaiki strategi pemasarannya. Pada dasarnya tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik agar produk yang ditawarkan laku terjual. Menurut Engel et al (2014).

Perilaku konsumen adalah aktivitas individu yang berhubungan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan

keputusan dalam persiapan dan penentuan aktivitas tersebut. Gastronomi adalah industri jasa yang menggabungkan produk dan jasa. Contoh produk yang dijual adalah desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel dan restoran, suasana yang tercipta di kamar hotel, restoran dan makanan dan minuman yang dijual, dan semua fasilitas yang ada. Sedangkan jasa yang dijual adalah keramahan dan kemampuan staf/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan jasa sebagai kegiatan atau kinerja yang dilakukan oleh pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan bukan milik. Definisi jasa adalah kegiatan yang memiliki unsur tidak berwujud dan melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti yang mereka miliki dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan.

Menurut Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Heru Isnawan dalam Antara/FINROLL News mengatakan "Tingkat pertumbuhan hotel di Medan mencapai sekitar 20 persen setiap tahun, sedangkan kenaikan tingkat kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 7-8 persen per tahun," pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan suplai yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak – banyaknya. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan.

Menurut Grolier Electronics Publishing Inc (2015) yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2016), hotel adalah badan usaha komersial yang menyediakan

akomodasi, makan, dan layanan lainnya kepada publik. Saat ini, hotel sering menjadi tuan rumah pernikahan, pertemuan bisnis, peluncuran produk baru untuk perusahaan, dan hotel sering menjadi resor akhir pekan kelas menengah ke atas.

Para pelaku bisnis perhotelan berharap dapat bereaksi dengan cepat terhadap perubahan ini. Maju mundurnya industri akomodasi dapat dipengaruhi oleh banyak hal, antara lain bagaimana hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya dengan pelayanan yang berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, pelayanan menjadi prioritas utama bagi perusahaan sebagai strategi diferensiasi sekaligus menjual produk yang sama. Pelayanan yang baik menyelamatkan Anda dari makanan yang buruk. Sebaliknya, hidangan utama yang lezat bukanlah jaminan dan dapat menyelamatkan Anda dari pelayanan yang buruk (Orilio, 2015).

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan waktu penyampaian yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah semua jenis pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama pelanggan atau konsumen menginap di hotel tersebut, antara lain resepsionis, bel, room service, security, cleaning, service dan pelayanan lainnya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Kualitas harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi pelanggan. Artinya citra yang baik tidak didasarkan pada perspektif atau persepsi

penyedia jasa, tetapi pada perspektif atau persepsi pelanggan. Pernyataan ini juga dikonfirmasi oleh (Zeithaml, 1996) yaitu

“a customer’s judgment of the overall excellence or superiority of a service”. Kita juga sering mendengar pepatah bahwa pelanggan adalah raja, yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Kualitas pelayanan yang unggul diharapkan dapat mendorong konsumen untuk membeli kembali produk yang kita tawarkan. Selain kualitas layanan yang baik, peralatan juga memberikan kontribusi untuk akuisisi pelanggan. Fasilitas adalah fasilitas yang memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitas. Konsumen saat ini adalah konsumen cerdas yang sangat berhati-hati saat membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor saat memilih produk atau layanan, termasuk layanan perhotelan. Ruang adalah salah satu aspek yang dipertimbangkan konsumen saat menentukan pilihan. Dengan tingkat harga yang hampir sama, berlaku hal berikut: semakin lengkap penawaran hotel, semakin senang pelanggan dan akan terus memilih perusahaan sebagai pilihan pertama berdasarkan fasilitas yang dirasakan.

Menurut Tjiptono (2016), observasi interaksi pelanggan dengan fasilitas mempengaruhi kualitas layanan tersebut di mata pelanggan. Ketika Anda membangun bisnis, Anda memerlukan tempat di mana bisnis itu berada. Menurut Murti dan Soeprihanto (2014), lokasi suatu perusahaan sering disebut sebagai lokasi tempat beroperasinya perusahaan tersebut sehari-hari. Sebagian besar pengguna jasa hotel adalah dari luar daerah yang berbisnis di dekat hotel, baik untuk wisata, bisnis atau hanya sebagai tempat transit sementara untuk melanjutkan perjalanan. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut.

Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan.

Hotel Lariz Depari Medan adalah salah satu hotel bintang tiga yang berlokasi di Jl. Merak Medan. Seperti yang saya wawancarai Bapak Arus Sujadmiko selaku HRD Hotel Lariz Depari Medan. mengatakan bahwa saat ini pihak hotel melakukan beberapa renovasi, diantaranya seperti fasilitas fitness, karaoke, bar dan lain-lain. Namun fasilitas yang disediakan belumlah selengkap dengan hotel lain yang berkelas sama, seperti belum tersedianya fasilitas diskotik, kolam renang dan taman. Sehingga renovasi yang dilakukan belum memberikan pelayanan sepenuhnya untuk tamu yang menginap. Kenyamanan dari para tamu yang menginap di hotel tersebut sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah hunian dari Hotel Lariz Depari. Selain fasilitas lokasi juga sangat menentukan tingkat hunian sebuah hotel. Hotel Lariz Depari yang berada di Jl. Merak Sunggal berlokasi di jalan raya yang sempit membuat tamu agak kesulitan untuk bisa menuju ke lokasi, selain itu lokasi yang agak jauh dari pusat kota menambah kurangnya tamu yang menginap di sana. Imbas dari kekurangan-kekurangan tersebut membuat pertumbuhan Jumlah kunjungan wisatawan juga nampaknya mempengaruhi hotel ini, terlihat bahwa jumlah pengunjung hotel ini mengalami penurunan drastis dalam beberapa tahun terakhir. Berikut informasi yang diperoleh dari jumlah tamu yang menginap di Hotel Lariz Depari Medan selama 5 tahun terakhir:

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Hotel Periode 2016-2020

Tahun	Jumlah
2016	3603
2017	3115
2018	3203
2019	2633
2020	2134

Sumber : Hotel Lariz Depari Medan

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat perbedaan jumlah tamu yang menginap di hotel tersebut. Pada musim 2016-2020, jumlah tamu yang menginap cenderung menurun. Jumlah tamu hotel meningkat di tahun 2018, namun kembali menurun di tahun berikutnya. Tentunya pihak hotel harus mengantisipasi penurunan jumlah tamu hotel dengan menyelidiki sebab-sebab yang menyebabkan jumlah tamu mengalami penurunan tersebut. Sebenarnya pihak hotel mematok target okupansi minimal 4000 tamu untuk tahun 2020, atau rata-rata sekitar 10-11 tamu check-in per hari, namun jumlah tamu sebenarnya di tahun 2020 hanya 2134, artinya tidak masuk akal dan jauh.tentang tujuan yang ditetapkan oleh hotel. Konsumen dalam hal ini adalah masyarakat yang heterogen dengan latar belakang, karakteristik, kebiasaan, daerah, budaya dan tingkat ekonomi yang berbeda. Berdasarkan beberapa teori, penelitian terdahulu dan fenomena permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menginap di hotel. Institusi dan lokasi yang berbeda dipilih dalam penelitian ini. Penelitian difokuskan pada ketiga variabel tersebut karena variabel tersebut berpotensi besar mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan. ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.?
3. Apakah fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan?

1.3 .Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Sebagai penambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

2. Bagi perusahaan

Sebagai referensi untuk menambah Kritik dan masukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

3. Bagi peneliti lain

Memberikan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan dan dapat menjadi referensi serta bahan masukan pada penelitian yang akan datang.

4. Akademisi,

Bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen serta berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari Pengaruh fasilitas dan lokasi Terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Keputusan Pembelian

2.1.1.Pengertian Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari bisnis. Sebelum membeli suatu produk, seseorang biasanya membuat keputusan pembelian. Yang pertama adalah produknya. Keputusan pembelian adalah tindakan orang-orang yang terlibat langsung dalam keputusan pembelian atas produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler & Armstrong (2014), tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli pada saat konsumen benar-benar melakukan pembelian. Pengambilan keputusan adalah aktivitas individu yang berhubungan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang yang ditawarkan.

Definisi lain dari keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang akan dibeli. Konsumen dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling diinginkan. Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses keputusan pembelian untuk memutuskan apa yang akan dibeli atau tidak dibeli (Kotler dan Armstrong, 2018).

Menurut Kotler (2015), “Keputusan pembelian adalah Suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

Kotler (2015) juga menjelaskan apa yang dimaksud dengan keputusan membeli adalah proses pemecahan masalah yang terdiri dari analisis atau

mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan untuk perilaku pasca pembelian.

Menurut Peter dan Olson (2014) keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Setiadi (2013), menuturkan pengambilan keputusan yang diambil oleh konsumen dapat disebut sebagai pemecahan masalah.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki tujuan atau perilaku yang ingin mereka lakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Sehingga dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Selain itu dijelaskan bahwa pemecahan masalah merupakan interaksi yang terus menerus antara faktor lingkungan, proses kognitif dan afektif, serta aktivitas perilaku. Langkah pertama adalah memahami masalahnya. Alternatif yang ada kemudian dievaluasi dan dipilih ukuran yang paling tepat. Pada langkah selanjutnya, pembelian dinyatakan dalam tindakan, akhirnya barang yang dipilih atau ditentukan digunakan dan konsumen mengevaluasi kembali keputusannya.

Pranoto (2018) juga menjelaskan bahwa perilaku pengambilan keputusan konsumen saat membeli suatu produk atau jasa diawali dengan kesadaran akan terpenuhinya kebutuhan atau keinginan dan adanya masalah, sehingga konsumen melalui beberapa fase yang akhirnya mencapai tahap Pencapaian. evaluasi. setelah pembelian.

Menurut Assaur (2014), keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan pembelian yang melibatkan keputusan apa yang akan dibeli atau tidak dilakukan dan keputusan tersebut berasal dari aktivitas sebelumnya.

Dari beberapa pengertian pengambilan keputusan yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan pembelian yang memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak, yang diawali dengan kesadaran realisasi atau keinginan.

2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Kotler (2015) menyatakan bahwa faktor-faktor berikut mempengaruhi perilaku pembelian konsumen:

a. Faktor Budaya Faktor budaya memiliki pengaruh yang paling besar dan mendalam. Budaya, subkultur, dan kelas sosial sangat penting untuk perilaku pembelian. Budaya adalah faktor yang paling mendasar dalam keinginan dan perilaku. Subkultur termasuk kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sementara itu, kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan tahan lama yang strukturnya hierarkis dan anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan pendapatan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal.

b. Faktor Sosial Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti teman sebaya, keluarga, peran sosial dan status dalam masyarakat.

1. Kelompok referensi seseorang terdiri dari semua kelompok di sekitar orang tersebut yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap perilaku orang tersebut (Kotler, 2017). Kelompok afinitas memengaruhi sikap dan persepsi pribadi karena individu biasanya ingin berperilaku dengan cara yang sama seperti kelompok afinitas (Kotler, 2017).

2. Keluarga itu sendiri biasanya menjadi sumber orientasi perilaku. Anak-anak cenderung berperilaku seperti orang tua mereka ketika mereka melihat perilaku orang tua menguntungkan mereka (Kotler, 2007).
 3. Peran dan kedudukan dalam masyarakat Peran adalah kegiatan yang diharapkan terjadi dalam hubungannya dengan orang-orang di sekitarnya. Status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dimainkan. Setiap individu dan posisinya mempengaruhi perilaku mereka (Kotler, 2007).
- c. Faktor Pribadi Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik ini meliputi usia dan tahap kehidupan pembeli, pekerjaan, keadaan keuangan, gaya hidup, serta kepribadian dan citra diri.
1. Tahap usia dan siklus hidup Ketika orang membeli barang atau jasa, mereka biasanya menyesuaikan dengan usianya. Kebiasaan konsumsi yang diucapkan juga bervariasi antara orang-orang dari berbagai usia (Kotler, 2007).
 2. Profesi Pekerjaan individu tentunya berpengaruh terhadap perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka terima dari pekerjaan mereka merupakan faktor penting dalam perilaku pembelian mereka (Kotler, 2017).
 3. Gaya Hidup Gaya hidup adalah cara hidup seseorang, yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini mereka. Gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap model fungsional dan perilaku individu (Kotler, 2007).
 4. Kepribadian adalah karakteristik psikologis lain dari seorang individu yang menimbulkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya (Kotler, 2017).
- d. Faktor Psikologis Empat faktor psikologis utama mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran,

serta keyakinan dan sikap. Kebutuhan menjadi motif ketika didorong ke intensitas yang cukup. Motif adalah kebutuhan yang cukup untuk menggerakkan seseorang untuk bertindak. Persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Persepsi dapat sangat bervariasi antara orang yang mengalami realitas yang sama.

1. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup untuk menggerakkan seseorang untuk bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan sekaligus. Beberapa kebutuhan bersifat biologis; Kebutuhan ini muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan malaise. Sedangkan kebutuhan lainnya bersifat psikogenik; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan psikologis seperti pengakuan, penghargaan atau keanggotaan kelompok (Kotler, 2017).
2. Persepsi Selain itu motivasi dibalik keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap apa yang mereka inginkan. Konsumen mengungkapkan perilakunya setelah melihat pilihan yang dibuat saat membeli suatu produk (Kotler, 2017).
3. Belajar adalah suatu proses yang selalu berkembang dan berubah dari informasi yang paling baru diperoleh (misalnya membaca, berdiskusi, mengamati, berpikir) atau pengalaman nyata, di mana baik informasi yang paling baru diperoleh maupun pengalaman seseorang berfungsi sebagai umpan balik bagi individu. dan memberikan dasar untuk perilaku masa depan dalam situasi serupa (Schiffman dan Kanuk, 2014).
4. Keyakinan dan Sikap Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang diyakini seseorang tentang sesuatu. Keyakinan dapat didasarkan pada pengetahuan

aktual, opini, dan keyakinan (Kotler dan Armstrong, 2016). Pada saat yang sama, sikap adalah penilaian, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif tetap yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek atau gagasan (Kotler dan Armstrong, 2016).

2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2017:90) Keputusan pembelian adalah sikap konsumen yang mengambil keputusan untuk membeli setelah pertimbangan sebelumnya.

Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi pilihan yang berbeda
4. keputusan pembelian
5. Perilaku setelah pembelian

2.2.Fasilitas

2.2.1.Pengertian Fasilitas

Sebelum membeli produk atau jasa apa pun, konsumen menghadapi masalah mendasar, yaitu barang atau jasa mana yang akan dibeli, yang terkait dengan evaluasi, perolehan, dan penggunaan barang dan jasa keuangan oleh individu.

Menurut Tjiptono (2014:19) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum layanan ditawarkan kepada konsumen, sedangkan Nirwanan (2014:47) Fasilitas adalah bagian dari variabel pemasaran layanan yang memainkan peran penting karena layanan yang disampaikan kepada pelanggan jarang benar-benar membutuhkan fasilitas untuk mendukung mereka dalam penyampaiannya. Premis

merupakan isu penting dalam bisnis jasa, sehingga premis yang ada yaitu. kondisi situs, desain internal dan eksternal serta kebersihan, diperhatikan, terutama yang berkaitan erat dengan pengalaman konsumen. Pengamatan terhadap interaksi pelanggan dengan fasilitas pelayanan mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut di mata pelanggan.

Menurut Mudie dan Cottam dalam Tjiptono (2014:46) unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa adalah :

1. Pertimbangan / Perencanaan Spasial Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya
2. Perencanaan Ruang Unsur ini mencakup perancangan inteior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. perlengkapan / Perabotan Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.
4. Pencahayaan Saat merencanakan pencahayaan, warna, jenis dan sifat kegiatan yang dilakukan di dalam ruangan serta suasana yang diinginkan harus diperhitungkan.
5. Warna Warna dapat menggerakkan emosi dan perasaan Warna dapat meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menciptakan suasana santai dan mengurangi kecelakaan.

6. Pesan ditransmisikan secara grafis. Aspek penting dan relevan dari elemen ini meliputi tampilan visual, penempatan, pilihan bentuk fisik, pilihan warna dan pilihan tampilan simbol atau tanda untuk tujuan tertentu.

2.2.2.Faktor Yang Diperhatikan Dalam Merancang Dukungan Fisik.

Menurut Nirwana (2014:47) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah :

1. Desain fasilitas
2. Nilai fungsi
3. Estetika
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan penunjang
6. Seragam pegawai
7. Laporan-laporan
8. Garansi

Beberapa pendapat pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dan pada intinya yaitu fasilitas yang diberikan kepada konsumen dapat mempermudah dalam menggunakan sarana dan prasarana yang telah disediakan. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian pada Warnet Dotnet adalah fasilitas fisik yang meliputi headset, kamar mandi, tempat parkir, musholla. Masih banyak penyedia jasa yang belum memahami bahwa penempatan fasilitas memiliki pengaruh tersendiri terhadap emosi dan reaksi pelanggan. Namun, tidak ada aturan pasti tentang bagaimana tampilan sistem harus dirancang. Namun, organisasi jasa harus memahami tanggapan pelanggan terhadap berbagai aspek desain fasilitas jasa.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang digunakan dan dinikmati oleh staf dan yang sengaja diatur untuk digunakan dan digunakan serta dinikmati oleh tamu dan pengguna.

2.2.3.Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014: 184) indikator Fasilitas ada 3 yaitu :

- a. Pertimbangan/Perencanaan Spasial Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya
- b. Perencanaan Ruang Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan Kereta Api, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain
- c. Perlengkapan dan Perabot Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa
- d. Unsur Pendukung lainnya, seperti : toilet, wifi, tempat lokasi makan dan minum dan lain sebagainya

2.3. Lokasi

2.3.1.Pengertian Lokasi

Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi (Lupiyoadi, 2014:61-62). Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2014:80). Lokasi berarti berhubungan dengan dimana

perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2016:72).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu keputusan yang dibuat oleh perusahaan yang berkaitan dengan dimana ia akan bertempat, beroperasi, dan dimanakah ia akan menempatkan para staffnya tersebut

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Tempat atau Lokasi

Menurut Utami (2014:145), masalah - masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, yaitu aksesibilitas dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya.

1. Aksesibilitas Memudahkan konsumen untuk keluar masuk. Ada dua langkah dalam analisis ini, yaitu: Analisis makro yang dapat digunakan untuk menilai aksesibilitas suatu lokasi pada tingkat makro retail dengan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola berjalan kaki, kondisi jalan, dan rintangan. Analisis mikro yang berfokus pada isu-isu di sekitar lokasi seperti jarak pandang, arus lalu lintas, parkir, kemacetan, dan hak masuk/keluar.
2. Keunggulan lokasi di pusat Lokasi yang lebih baik lebih mahal. Pengusaha harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pada dasarnya, konsumen ingin berbelanja di mana mereka dapat menemukan berbagai macam barang.

2.3.3. Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2014:15) beberapa indikator dari lokasi yaitu :

1. Ketersediaan tempat parkir, yaitu. H. Parkir luas, nyaman dan aman untuk roda dua dan empat. Berkat tersedianya tempat parkir, memudahkan aktivitas konsumen dan dunia usaha, baik mengenai tempat komersial maupun untuk bongkar muat kendaraan.
2. Memiliki area yang cukup luas yaitu. H. tempat atau lokasi yang dapat menjadi tempat konsumen, kegiatan produksi, kegiatan penyimpanan dapat dilayani atau kegiatan perusahaan secara keseluruhan dapat dipantau. Area yang luas memudahkan untuk menyiapkan dan mengatur produk yang akan dijual.
3. Lokasi pasar dapat dijangkau dengan berbagai sarana transportasi. Misalnya tempat yang dilintasi atau mudah dijangkau dengan kendaraan umum. Konsumen lebih mudah menjangkau tempat usahanya ketika tersedia banyak angkutan umum.
4. Lokasi Strategis Yaitu tempat atau lokasi yang terlihat jelas dalam jarak pandang normal.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan pada tabel 2.1 sebagai berikut:

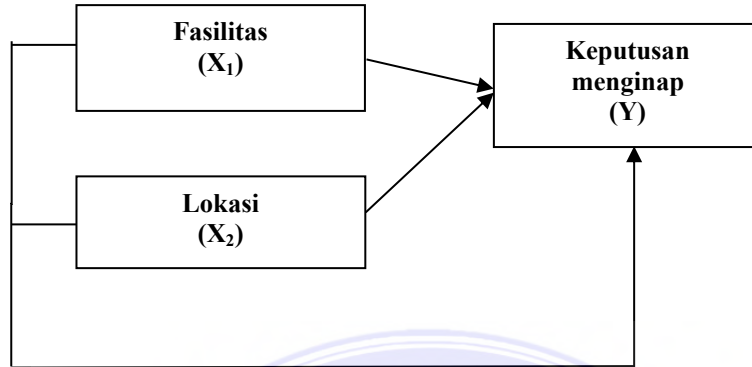
Tabel 2.1 : Penelitian terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Audy Ishida Djansen2 2016	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan menginap di Hotel Aston Denpasar	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Aston Denpasar
2	NITA FEBRINA S 2016	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan menginap di Hotel Century Palembang	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Century Palembang
3	Reni Astria 2014	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan menginap di Hotel Pelangi Pekanbaru Baru	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Pelangi Pekanbaru Baru
4	CHAIRUN NISA 2014	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan menginap di Hotel Santika Bandung	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Bandung
5	Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Travelodge Hotel Batam	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Travelodge Hotel Batam
6	Bakhtiar HM, Rustam Effendi, Bobby Susanto (2019)	Pengaruh Fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Bahagia Pangkalan Bun Kalimantan Tengah	Hasil penelitian menunjukkan jika fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Bahagia Pangkalan Bun Kalimantan Tengah

2.5. Kerangka Konseptual.

Variabel bebas (X) terdiri fasilitas (X1), lokasi (X2) Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah keputusan menginap. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda dimana teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh yang dominan antara variabel bebas (X) dan variabel (Y).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis Penelitian.

Hipotesis penelitian merupakan pertanyaan yang penting karena hipotesis ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, sebagaimana pendapat Sugiyono (2012:73) “Hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian hipotesis, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
2. Lokasi berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
3. Fasilitas dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Menginap di Hotel Lariz Depari Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2012:11), pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Penelitian bertempat di Hotel Lariz Depari Medan Jl. Merak No.36, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal.

3.2.2. Waktu Penelitian.

Penelitian direncanakan di Hotel Lariz Depari Medan Jl. Merak No.36, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal. yang akan dilaksanakan dari bulan Oktober 2022 sampai Februari 2023.

Tabel 3.1.
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2022						2023
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mart	April
1	Penyusunan Proposal							
2	Seminar Proposal							
3	Pengumpulan Data							
4	Analisis Data							
5	Seminar Hasil							
6	Pengajuan Meja Hijau							
7	Meja Hijau							

3.3. Populasi Dan Sampel

3.3.1. Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek populasi yang akan diteliti oleh penulis telah diketahui bahwa populasi di Hotel Lariz Depari Medan Jl. Merak No.36, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal. yang berjumlah 135 tamu yang telah menginap lebih dari tiga kali dari periode Januari tahun 2021 sampai September tahun 2021.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel Random Sampling karena pengambilan anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,05)

Jika diketahui jumlah populasi di Hotel Lariz Depari Medan Jl.Merak No.36,Sei Sikaming B,Kec.Medan Sunggal. periode Januari 2021 sampai September 2021 sebesar 135 outlet/reseler, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2) = 135 / (1 + 135 \times 0.1^2) = 57,44 = 57$$

dari perhitungan rumus di atas besaran sampel sebesar 57,44 dan dibulatkan sebanyak 57 responden.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Fasilitas (X1)	Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen Menurut Tjiptono (2014:19)	1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial 2. Perencanaan Ruangan 3. Perlengkapan dan Perabot 4. Unsur Pendukung lainnya,	Likert
2	Lokasi (X2)	Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi (Lupiyoadi, 2014:61-62).	1. Ketersediaan lahan parkir 2. Memiliki tempat yang cukup luas 3. Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi 4. Lokasi yang strategis	Likert

	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
3.	Keputusan Mengingat(Y)	Keputusan pembelian adalah Suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler (2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencairan informasi 3. Evaluasi berbagai alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku paskah pembelian 	Likert

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Informasi dasar diperoleh langsung dari objek survei, wawancara dan katalog pertanyaan yang dibagikan kepada responden dan diolah sebagai data dengan bantuan alat statistik.

2. Data Sekunder

Informasi yang diperoleh berfungsi untuk melengkapi informasi dasar yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti, yang memuat sumber bacaan dan informasi tentang sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan profil kerja perusahaan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain:

1. Observasi, yaitu melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian.
2. Kuesioner, yaitu. pengumpulan data berdasarkan daftar pertanyaan/pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Ketika responden memilih salah satu jawaban dari kuesioner. Bobot dari nilai angket yang ditentukan adalah:

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 .Teknik Analisis Data

3.7.1.Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner dapat digunakan sebagai alat penelitian. Validitas menunjukkan seberapa signifikan suatu tes mengukur apa yang hendak diukur. Suatu ukuran dikatakan valid jika mengukur sasaran dengan kenyataan atau kebenaran. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi pengukuran.

Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto 2010:135).

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.00, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini diamati melalui analisis grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi menggunakan SPSS.

1. Histogram yaitu pengujian dengan kondisi data normal berbentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Jika data miring ke kanan atau ke kiri, berarti data tersebut tidak berdistribusi normal.
2. Grafik plot probabilitas normal, istilah yang digunakan adalah:
 - a) Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b) Jika data jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal, model regresi gagal memenuhi asumsi normalitas.

b.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi bukti korelasi atau hubungan antara variabel dependen atau independen dalam model regresi. Menurut asumsi multikolinieritas, variabel independen harus bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji multikolinieritas dapat dilakukan sebagai berikut:

jika nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF (*Variance inflation factor*) < 10 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2011:160).

c.Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji data dengan nilai Sig. kurang dari 0,05 (Sig. <0,05), yaitu jika data memiliki nilai kurang dari Sig. 0,005 maka terdapat heteroskedastisitas pada data dan cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian adalah dengan uji Glajser, uji Glajser merupakan salah satu uji statistik yang dilakukan dengan cara regresi variabel bebas menjadi nilai mutlak (Sukardi, 2008:172).

3.7.3.Uji Statistik

a.Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS 17.00 for windows* yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan menginap)

X_1 = Variabel bebas (fasilitas)

X_2 = Variabel bebas (lokasi)

a = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

b. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 90%

($\alpha = 0,1$).

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,1$).

3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien detreminasi (adjusted R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang

menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Lariz Depari Medan

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan beberapa saran, yaitu :

1. Disarankan kepada pimpinan Hotel Lariz Depari Medan agar menyediakan fasilitas yang mampu mendukung konsumen untuk merasa betah untuk menginap di Hotel tersebut dan sebaiknya fasilitas yang disediakan harus selalu di perbaharui sesuai dengan zaman.
2. Disarankan kepada pimpinan Hotel Lariz Depari Medan agar,memberikan informasi pada konsumen tentang lokasi hotel yang nyaman, jauh dari hiruk pikuk lalu lintas yang macat dan padat, selain itu banyak dilalui kendaraan umum yang mampu menjangkau tempat strategis dikota medan.

3. Disarankan kepada pimpinan Hotel Lariz depari Medan untuk bisa memberikan layanan yang terbaiknya bagi konsumen agar para konsumen bisa kembali menginap di Hotel tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Dwifebri, Anastasia, 2016, "Analisis Strategi Diferensi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli (Studi Kasus Pada Patra Convention Hotel)". Skripsi Tidak Dipublikasikan, Semarang, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Engel, James F, 2014, "Perilaku Konsumen Jilid 1", Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gutomo, Anjar, 2015, " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Warnet (Studi Kasus Pada Warnet Grand Sylcomnet Di Tembalang)" Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jurusan Manajemen Perhotelan, 2017, "Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening", <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals>, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2014 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta Keputusan Menparpostel Nomor KM 37/PW. 340/MPRT-86. www.cari-pdf.com
- Kotler, Philip, 2015, "Manajemen Pemasaran". Jilid I, Jakarta : Indeks
- , 2015, "Manajemen Pemasaran". Jilid II, Jakarta : Indeks.
- Lukasyanti, Dewi, 2016, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan". <http://cari-pdf.com/>, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani, 2016. "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyohadi, Rambat, 2014 "Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik", Salemba Empat, Jakarta.
- Retansa, Andika Reza, 2019, "Analisis Pengaruh Tingkat Pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI '46

Persero, Tbk. Cabang Semarang.” Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang

Sulastiyono, Agus, 2016. “Manajemen Penyelenggaraan Hotel”. Bandung ; Alfabeta

Suwiti, Ni Wayan dan Cecil Irwin Jr. Boham, 2018,” Akomodasi Perhotelan”. Jilid III, PT Macanan Jaya Cemerlang, Klaten.

Suyanto, 2016, “ Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Perbaikan, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel (Studi Kasus di Bengkel AHASS 1013 Yang Berada di Jalan Raya Kaligarang No 52 Semarang).” Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang

Swasta, Basu dan T Hani Handoko, 2017, “Manajemen Pemasaran”, Liberty, Yogyakarta. .

Tjiptono, Fandy, 2014,” Manajemen Jasa”, Andy Offset, Yogyakarta.

Zeithaml L, Valerie A; A. Parasuraman; Leonardo L. Berry, 2018, “Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality”. *Journal of Retailing*, Vol. 64, no. 1, pp 12-37.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN “PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL LARIZ DEPARI MEDAN”

Dengan Hormat

Bapak/Ibu, Saudara/I responden, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini. Atas kerjasamanya dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I DATA RESPONDEN

No. Responden:

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang /*checkbox* (\surd) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- SB/SM = Sangat Setuju (diberi nilai 5)
 B/M = Setuju (diberi nilai 4)
 CB/CM = Cukup Setuju (diberi nilai 3)
 KB/KM = Kurang Setuju (diberi nilai 2)
 TB/TM = Sangat tidak Setuju (diberi nilai 1)

III DAFTAR PERNYATAAN

VARIABEL FASILITAS (X1)

NO	PERNYATAAN	SB	B	CB	KB	TB
Pertimbangan dan Perencanaan Spasial						
1	Sebaiknya Hotel melakukan pertimbangan dan perencanaan dalam melengkapi sarana					
Perencanaan Ruangan						
2	Hotel selalu merencanakan ruangan yang nyaman untuk tamu					
Perlengkapan dan Perabot						
3	Hotel telah menyediakan perlengkapan perabot untuk mendukung kenyamanan tamu hotel					
Unsur Pendukung Lainnya						
4	Hotel telah menyiapkan unsur pendukung lainnya seperti tempat fitness dan lain lain					

VARIABEL LOKASI (X2)

NO	PERTANYAAN	SB	B	CB	KB	TB
Ketersediaan Lahan Parkir						
5	Ketersediaan lahan parkir hotel cukup luas					
Memiliki tempat yang cukup luas						
6	Hotel memiliki lahan yang cukup luas					
Lokasi dilalui banyak alat transportasi						
7	Lokasi hotel banyak dilalui kendaraan umum					
Lokasi yang strategis						
8	Lokasi hotel cukup strategis membuat mudah dijangkau					

VARIABEL TERIKAT KEPUTUSAN MENGINAP (Y)

NO	PERNYATAAN	SB	B	CB	KB	TB
Pengenalan Masalah						
10	Hotel selalu memberikan solusi setiap ada complain dari tamu hotel					
Pencarian Informasi						
11	Informasi selalu diberikan secara jelas oleh pihak hotel					
Evaluasi berbagai alternatif						
12	Hotel selalu melakukan evaluasi setiap memberikan layanan untuk tamu					
Keputusan Pembelian						
13	Keputusan menginap dari tamu hotel sangat tinggi					
Perilaku Paska pembelian						
14	Biasanya tamu akan puas setelah menginap					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak.

LAMPIRAN 2 : DATA HASIL PENELITIAN

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL FASILITAS (X1)					
Resp	ITEM				TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	4	4	18
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	4	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	4	2	16
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	5	5	4	4	18
13	4	4	4	4	16
14	4	4	5	4	17
15	4	4	5	5	18
16	5	5	4	5	19
17	5	5	5	4	19
18	5	5	4	4	18
19	4	4	4	4	16
20	4	4	5	4	17
21	5	5	4	4	18
22	5	5	3	5	18
23	4	4	4	5	17
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	5	19
26	5	5	5	5	20
27	4	4	5	4	17
28	5	5	4	5	19
29	5	5	5	4	19
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	4	19
33	4	4	5	4	17
34	4	4	5	4	17
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20

38	4	4	5	4	17
39	4	4	3	4	15
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	5	17
42	5	5	4	5	19
43	5	5	4	5	19
44	5	5	4	5	19
45	5	5	3	4	17
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	5	5	5	5	20
52	5	5	4	5	19
53	5	5	5	4	19
54	5	5	5	2	17
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL LOKASI (X2)					
ITEM					
RESP.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	5	4	4	3	16
2	5	5	4	4	18
3	5	5	4	4	18
4	4	4	4	2	14
5	5	5	5	4	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	4	4	18
8	4	4	2	3	13
9	5	5	5	5	20
10	5	5	4	4	18
11	5	5	5	5	20
12	5	4	4	2	15
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	2	17
15	4	5	4	3	16
16	4	4	4	2	14
17	5	5	5	4	19
18	5	5	4	3	17
19	4	4	5	4	17
20	5	5	5	4	19
21	5	4	4	4	17
22	4	5	4	3	16
23	5	5	4	4	18
24	4	5	5	4	18
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	4	4	3	16
28	5	5	4	5	19
29	4	4	4	3	15
30	5	5	5	4	19
31	5	4	3	4	16
32	4	4	4	3	15
33	5	4	3	4	16
34	5	4	4	4	17
35	4	4	5	3	16
36	5	5	4	3	17
37	4	5	4	5	18
38	4	4	5	5	18
39	4	4	5	4	17

40	5	5	3	4	17
41	5	4	3	4	16
42	5	5	4	4	18
43	4	5	4	3	16
44	4	4	4	4	16
45	5	4	5	3	17
46	5	4	5	5	19
47	4	4	3	5	16
48	4	4	3	5	16
49	4	4	4	3	15
50	5	4	4	3	16
51	4	4	4	3	15
52	5	5	4	4	18
53	5	5	4	4	18
54	4	4	4	2	14
55	5	5	5	4	19
56	5	5	5	5	20
57	5	5	4	4	18

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUTUSAN MENGINAP (Y)						
ITEM						
RESP	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	4	4	4	22
3	5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	4	23
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	4	5	3	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	4	4	21
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	4	5	5	24
13	5	4	4	4	4	21
14	5	5	4	5	4	23
15	5	5	4	5	4	23
16	5	5	4	4	4	22
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	4	4	4	22
19	5	5	5	4	5	24
20	5	5	4	4	4	22
21	5	4	4	4	5	22
22	5	5	3	4	4	21
23	5	4	4	4	4	21
24	4	5	5	5	5	24
25	5	4	4	5	4	22
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	4	5	5	24
28	5	5	4	5	4	23
29	5	5	4	4	4	22
30	5	5	4	5	5	24
31	4	5	4	4	4	21
32	5	4	4	4	4	21
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	4	5	4	21
35	4	5	3	5	5	22
36	4	5	4	5	5	23
37	4	5	4	5	4	22
38	5	5	4	5	4	23
39	5	4	5	4	5	23

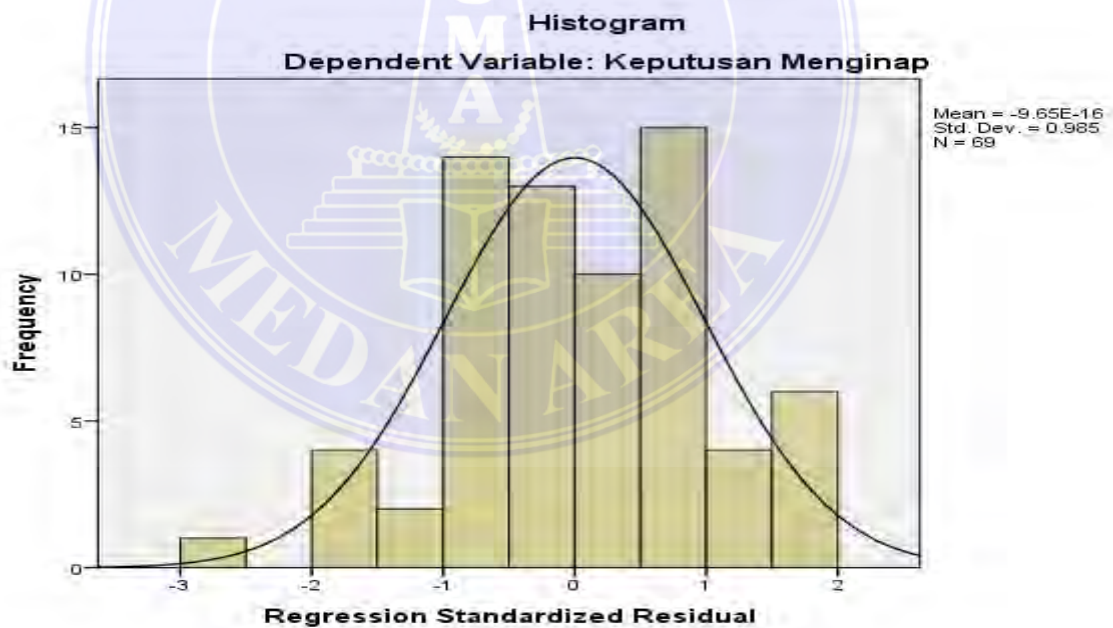
40	5	4	5	4	5	23
41	5	4	5	4	4	22
42	5	5	4	4	4	22
43	4	5	4	5	5	23
44	4	5	4	5	5	23
45	4	4	5	5	4	22
46	4	4	5	5	4	22
47	4	5	3	5	5	22
48	4	5	4	5	4	22
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	4	4	4	22
53	5	4	4	5	5	23
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	4	4	23
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25

LAMPIRAN 3 Hasil Uji SPSS

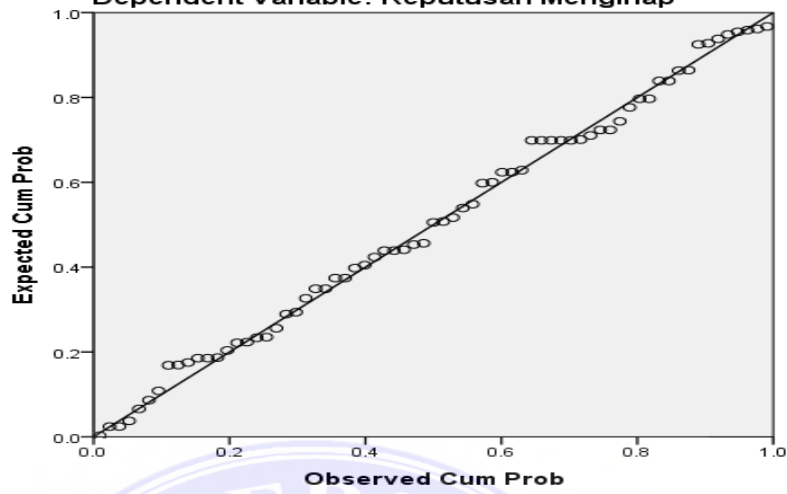
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32864675
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.042
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

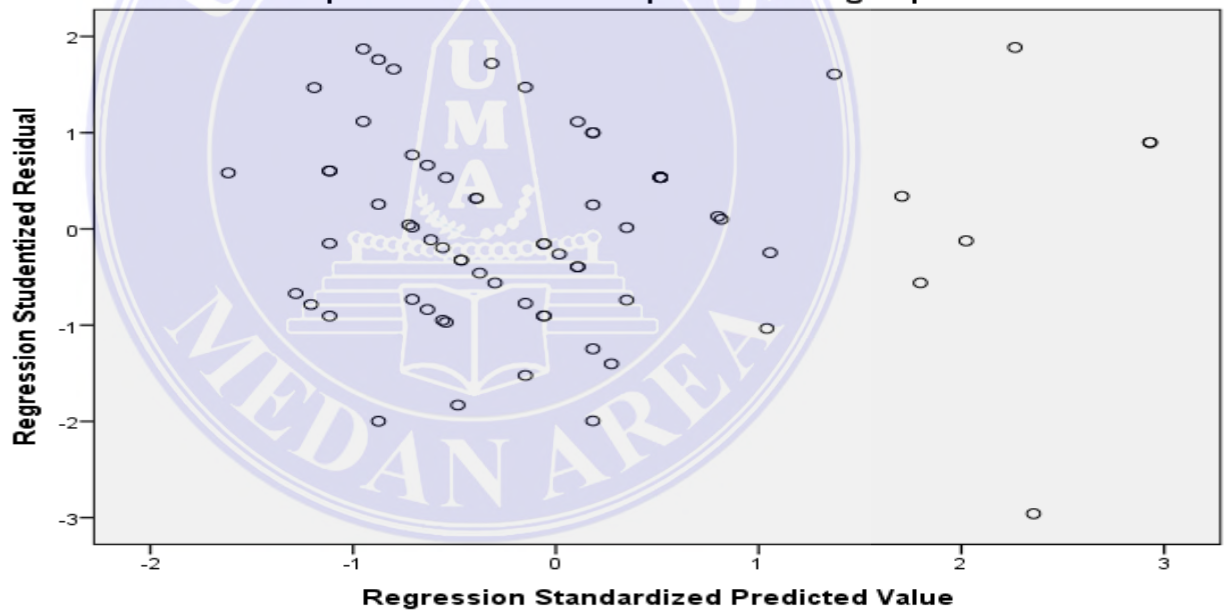
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Keputusan Menginap



Scatterplot
Dependent Variable: Keputusan Menginap



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.812	1.690		5.213	.000		
Fasilitas	.458	.042	.765	3.823	.000	.997	1.003
Lokasi	.316	.088	.253	3.577	.001	.997	1.003

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Fasilitas	.997	1.003
Lokasi	.997	1.003

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.812	1.690		5.213	.000
Fasilitas	.458	.042	.765	3.823	.000
Lokasi	.316	.088	.253	3.577	.001

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	244.945	2	122.472	67.337	.000 ^b
Residual	120.041	66	1.819		
Total	364.986	68			

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.661	1.34863

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

LAMPIRAN 4 Surat Izin Penelitian


UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 4220 /FEB /01.1/ V / 2022
 Lamp : -
 Perihal : Izin Research / Survey

31 Mei 2022

Kepada Yth,
Hotel Lariz Depari Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : MELATI CRISTIN DEBORA BR. GULTOM
N P M : 188320167
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Lariz Depari Medan**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.


Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

LAMPIRAN 5 Surat Selesai Penelitian



Jl. Merak No.36 Sei Sikambang B,Kec. Medan Sunggal, Kota Medan
Sumatera Utara – 20122
Telp : (61) 80862800

Nomor : 165/RST/RISET/X/2022
Hal : Keterangan Telah Selesai Mengadakan Penelitian



Kepada Yth
**Dekan Fak Ekonomi & Bisnis
Universitas Medan Area**

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Nomor 1640/FEB/01.1/V.2022 Perihal mengenai telah selesai Mengadakan Penelitian tugas akhir Mahasiswa.

Nama :Melati Cristin Debora Br Gultom
NPM :188320167
Program Studi :Manajemen
Mahasiswi :Universitas Medan Area

Benar telah selesai mengadakan Penelitian di Hotel Lariz Depari Medan.
Selama bulan Juli 2022 s/d September 2022.guna Melengkapi data untuk Penulisan skripsi yang Dikerjakan oleh yang bersangkutan.
Demikianlah surat keterangan ini Diperbuat, untuk Dipergunakan Sebagaimana mestinya.

Hormat Kami
Medan, 15 Agustus 2022



Arus Sujadmiko
HRD Manager