



## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Kelapa Gading**

**Fitri Handayani<sup>1\*</sup>, Rully Arifiansyah<sup>2</sup>**  
STIE Pariwisata Internasional

**ABSTRACT:** The purpose of this study was to analyze and determine the quality of service, facilities and price perceptions of the decision to stay at the Santika Kelapa Gading hotel. Data collection was carried out in February 2022 through a survey of 100 respondents who stayed overnight. using purposive sampling method that has been tested for validity and reliability. Data analysis using IBM SPSS 20. The results of this study found that the variables of service quality, facilities, and price perceptions had a significant effect on decision making to stay partially and simultaneously.

**Keywords:** Quality of Service, Facilities, Price Perception, and Decision to Stay

**ABSTRAK:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan menginap di hotel Santika Kelapa Gading. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2022 melalui survei terhadap konsumen yang menginap sebanyak 100 responden. menggunakan metode purposive sampling yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan IBM SPSS 20. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menginap secara parsial dan simultan.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Keputusan Menginap

*Submitted:05-08-2022; Revised:12-08-2022; Accepted: 29-08-2022*

\*Corresponding Author: [fitriaddausy390@gmail.com](mailto:fitriaddausy390@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Akomodasi penginapan sudah banyak sekali berkembang terutama dibidang akomodasi perhotelan dimana para pengunjung saat bepergian atau liburan pertama-tama pastinya akan mencari tempat penginapan yang strategis,nyaman,fasilitas yang mendukung dan harga yang dapat dijangkau, setiap jasa penginapan pastinya memiliki karakteristik yang kuat untuk menarik pelanggan agar berkunjung atau memakai jasa penginapannya Serta menarik pelanggan lama untuk selalu menggunakan jasanya.

Kualitas pelayananan pun sangat penting bagi konsumen pengguna jasa karena tidak sedikit konsumen lebih memilih tempat yang pelayanannya sangat bagus agar saat menggunakan jasa tersebut konsumen merasa nyaman dan puas sesuai dengan harapannya. menurut Mudarni, (2018) Kualitas layanan, yaitu reputasi produk dan tanggung jawab perusahaan dalam hal citra dan reputasi layanan, serta tanggung jawab untuk menegakkan perjanjian yang sebelumnya dijanjikan atau ditawarkan kepada konsumen. Kualitas yang baik dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan jasa. Kualitas layanan juga merupakan kunci keberhasilan, terlepas dari apakah kualitas produk atau layanan tergantung pada kemampuan produsen untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen, maka dari itu jika pelayanannya sesuai kebutuhan mereka maka para konsumen tidak ragu mengambil keputusan untuk menggunakan jasa tersebut

Persepsi adalah suatu proses yang timbul dari sensasi, dimana konsep sensasi adalah suatu aktivitas yang menimbulkan keadaan emosi yang membangkitkan semangat, Setiadi (2003). oleh karena itu suatu persepsi atas pandangan penginapan bagi konsumen menjadi tolak ukur untuk mereka yang memiliki target budgeting sesuai kebutuhan mereka.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Kelapa Gading.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kualitas Pelayanan**

Menurut kasmir (2017), Pelayanan yang baik adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, Tjiptono (2009). Menurut Agarwal & Gowda (2021), kualitas pelayanan adalah gambaran keseluruhan kesan pelanggan terhadap produk atau penyedia layanan jasa yang terkait dengan efisiensi dan layanan relatif organisasi. Adapun uraian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Anwar & putra (2020), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap, sedangkan menurut Rumambi et.al (2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan Terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

## **2. Fasilitas**

Fasilitas yaitu suatu sumber daya nyata yang diwajibkan ada sebelum jasa diberikan kepada konsumen. Fasilitas merupakan bagian penting dari industri jasa, sehingga fasilitas yang ada harus diperhatikan yaitu kondisinya, desain interior dan eksterior serta kebersihannya, Tjiptono (2019). Sedangkan menurut Anam & Laily Maghfiroh (2021), fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh Penyedia Layanan untuk digunakan dan dinikmati oleh Pelanggan yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan yang maksimal. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Hadian (2016), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap. Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : Adanya pengaruh signifikan antara Fasilitas Terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

## **3. Persepsi Harga**

Menurut tjiptono dan chandra (2017), harga dapat diartikan sebagai jumlah yang mencakup penggunaan khusus yang digunakan untuk memperoleh produk. Sementara itu Schiffman dan Kanuk (2018), mengatakan persepsi diartikan sebagai proses seseorang memilih, menyusun, dan mengartikan rangsangan kedalam gambaran dunia yang bermakna dan rasional. Kotler et al., (2018), menjelaskan bahwa dalam menentukan harga dapat melalui beberapa indikator seperti berikut: Harga berbasis nilai pelanggan, harga yang diminta sepadan, harga nilai tambahan, penetapan harga kompetitif, penetapan harga kompetitif mencakup penetapan harga berdasarkan strategi, biaya, keunggulan, dan penawaran pasar pesaing. Adapun Widokarti & Priansa (2017), berpendapat harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Rumambi et.al (2019) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Adanya pengaruh signifikan antara Persepsi Harga Terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

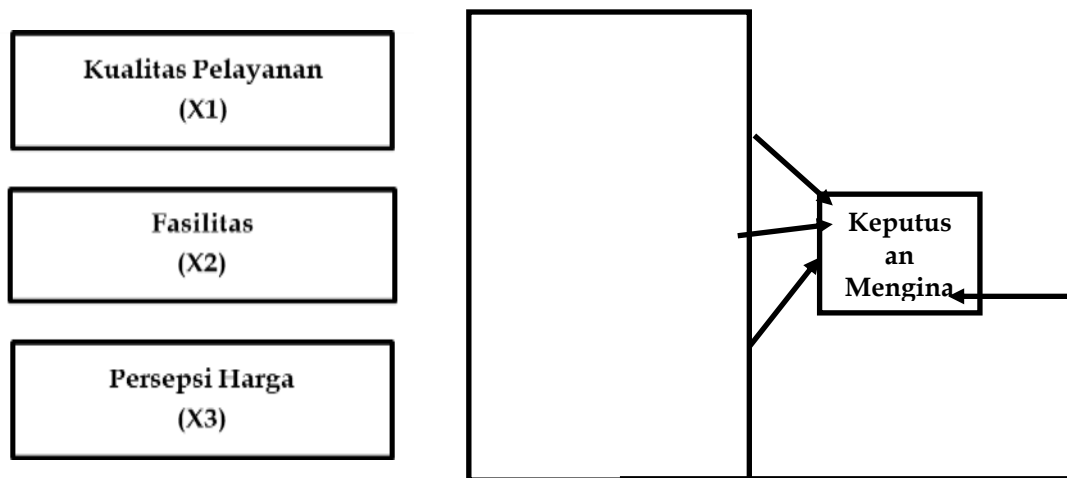
## **4. Keputusan Menginap**

Menurut Wibowo & Fausi (2017) menyebutkan keputusan didefinisikan sebagai memilih tindakan dari dua atau lebih kemungkinan alternatif. Pembelian atau penggunaan jasa adalah pilihan konsumen mengenai apa yang akan dikonsumsi, apakah akan mengkonsumsi, kapan mengkonsumsi, dimana mengkonsumsinya dan bagaimana cara membayarnya. Keputusan mengkonsumsi bersifat terus menerus dan memiliki dua dimensi. Menurut Firmansyah (2019) mendefinisikan bahwa keputusan penggunaan jasa adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian atau penggunaan jasa. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa keputusan residensi adalah proses mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu yang sesuai.

Uraian diatas dibuktikan dengan penelitian terdahulu Desembrianita & Ruslin, (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4 : Adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ,fasilitas, dan persepsi harga Terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

## 5. Kerangka Berfikir



Gambar 1 : Kerangka Berfikir

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari survei melalui *google form* pada responden untuk mengetahui tanggapan pada pernyataan yang terdapat pada kuesioner. peneliti melakukan penelitian di Hotel Santika kelapa Gading yang berlokasi di mahaka square Jl.

Raya Kealapa Nias, RT. 8/RW. 6, Kec.Klp Gading, Kota Jakarta Utara.Sedangkan untuk waktu penelitian digunakan pada bulan januari 2022-juni 2022.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang menginap di Hotel Santika Kelapa Gading minimal 2 kali, sampel yang digunakan yaitu dengan melakukan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, dengan syarat peneliti mengumpulkan 100 sampel dari populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus teori roscoe. Yaitu bila dalam melakukan penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jadi dapat dikatakan penelitian ini terdiri dari 4 variabel, maka jumlah sampelnya adalah  $4 \times 10 = 40$  Responden. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), persepsi harga (X3) dan variabel terikatnya adalah keputusan menginap (Y).

Pada penelitian ini pengujian yang dilakukan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS 20 untuk tahapan-tahapan yang dilakukan yaitu dengan uji asumsi klasik lalu berikutnya tahap uji regresi linear berganda adapun tahapannya sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Yaitu suatu tes yang digunakan untuk mengetahui suatu data valid atau tidak dengan melihat nilai dari  $\text{sig} < 0,05$  maka data dikatakan valid jika di temukan sebaliknya maka data yang di uji tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Uji ini digunakan untuk melihat data reliabel atau tidak dengan melihat angka  $\alpha > 0,6$  maka dikatakan reliabel.

3. Uji normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui suatu data berdistribusi normal yang dilihat dari nilai  $\text{sig}$  lebih besar dari 0,05.

4. Uji Heterokedastisitas

Yaitu untuk mengetahui data terbebas dari gejala heterokedastisitas dilihat dari titik-titik yang berada di gambar scatterplot bila titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola maka data tersebut terbebas dari gejala heterokedastisitas.

5. Uji Multikolinearitas

Suatu data dikatakan tidak terjadi efek multikolinearitas apabila nilai  $\text{tolerance} > 0.1$  dan  $\text{VIF} < 10$

6. Uji Linearitas

Apabila nilai  $\text{sig}$  pada bagian Linearity  $< 0.05$  dan nilai  $\text{sig}$  pada bagian Deviation From Linearity  $> 0.05$  maka asumsi linearitas pada data tersebut terpenuhi

7. Uji Regresi linear berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Validitas Tes

Tes ini dilakukan menggunakan sampel dari 30 responden, 4 variabel, serta pertanyaan sebanyak 39 yang dipilih pernyataannya oleh responden, pada gambar dibawah terlihat bahwa kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), persepsi harga (X3), serta keputusan menginap (Y) dinyatakan valid karena nilai sig dari setiap komponen < 0,05.

Tabel 1. Uji Validitas Correlations

		total kualitas pelayanan x1	total fasilitas x2	total persepsi harga x3	total keputusan menginap y
kualitas pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	,660**	,774**	,677**
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,001
	N	30	30	30	30
fasilitas (X2)	Pearson Correlation	,660**	1	,797**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,001		,001	,001
	N	30	30	30	30
persepsi harga (X3)	Pearson Correlation	,774**	,797**	1	,865**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001		,001
	N	30	30	30	30
keputusan menginap (Y)	Pearson Correlation	,677**	,844**	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,001	
	N	30	30	30	30

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

### 2. Reliability Tes

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden menunjukkan seluruh variabel pada kolom koefisien alpha > 0,700. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulannya bahwa semua komponen dapat dipercaya.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	39

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

**3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan syarat jika menggunakan analisis regresi linier. meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linieritas. Misalnya jika uji asumsi valid, jenis regresi tidak normal, terjadinya multikolinearitas atau tidak adanya linearitas. Maka analisis yang diperoleh dari uji regresi, uji F & uji t akan menjadi tidak valid. berikut akan dijelaskan uji asumsi klasik yang akan dilakukan.

**1. Uji Normalitas Data**

Tes ini dijalankan untuk melihat distribusi kenormalan dari suatu variabel. Adapun model regresi yang baik memiliki distribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

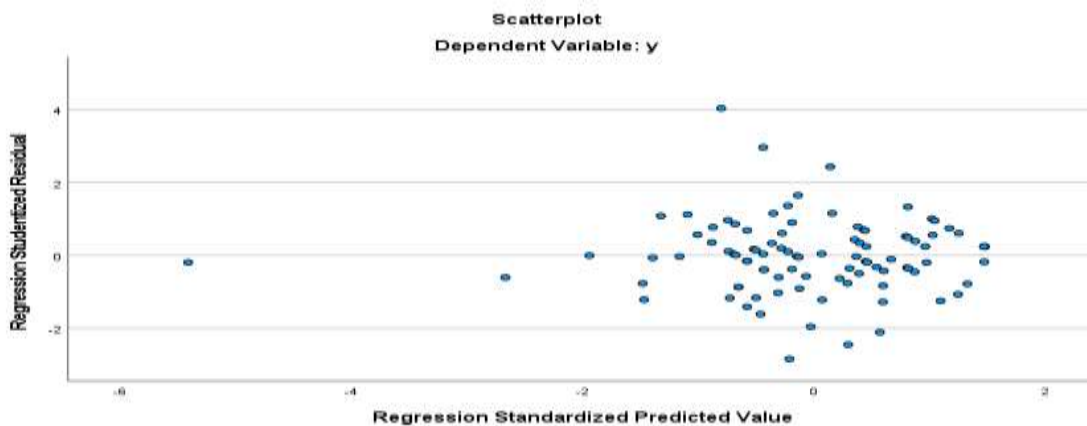
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,36912922
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,073
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,091

Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		,091
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,083
		Upper Bound	,098

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

Dilihat dari gambar diatas nilai sig dari uji normalitas kolmogorov smirnov ditemukan nilai sig > 0,05 maka dapat diasumsikan bahwa kenormalan data dapat terpenuhi.

## 2. Uji Heterokedastisitas



Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Menurut Santoso (2018), pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari satu pengamatan yang tersisa ke pengamatan yang lain. Bila terjadi ketimpangan, hal ini disebut gejala heteroskedastisitas. Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak berbentuk dan berada diatas dan dibawah angka nol maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

## 3. Uji Multikolinearitas

Menurut Santoso (2018), uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen. Jika Anda memiliki dua variabel independen yang sangat berkorelasi, persamaan regresi diwakili oleh satu variabel.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,148	2,410		1,721	,088		
Kualitas Pelayanan (X1)	-,023	,082	-,024	-,279	,781	,389	2,568
Fasilitas (X2)	,296	,074	,362	3,991	,001	,337	2,971
Persepsi Harga (X3)	,591	,094	,563	6,254	,001	,342	2,923

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

gambar di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* sebagai berikut: Kualitas Pelayanan (X1) 0,389 > 0,1, Fasilitas (X2) 0,337 > 0,1, Persepsi Harga (X3) 0,342 > 0,1. Dan untuk nilai VIF masing-masing variabel yaitu: kualitas pelayanan (X1) 2,568 < 10, Fasilitas (X2) 2,971 < 10, Persepsi Harga (X3) 2,923 < 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi efek multikolinearitas karena nilai *tolerance* setiap variabel > 0,1, dan nilai VIF < 10.

#### 4. Uji Linearitas

Tabel 5. Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig
Keputusan menginap*	Linearity	901,336	1	901,336	70,776	,001
Kualitas Pelayanan						
Keputusan menginap*	Linearity	1274,119	1	1274,119	147,942	,001
Fasilitas						

Keputusan Mengingat * Persepsi Harga	Linearity	1426,044	1	1426,044	207,148	,001
-----------------------------------------	-----------	----------	---	----------	---------	------

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

Hasil yang didapat dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi linieritas  $0,001 < 0,05$ . Dengan ini asumsi linearitas terpenuhi.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang menunjukkan pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga oleh variabel dependen adalah keputusan mengingat.

Tabel 6. Analisis Linier Berganda

Model	Coefficientsa						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	4,148	2,410		1,721	,088			
Kualitas pelayanan	-,023	,082	-,024	-,279	,781	,389	2,568	
Fasilitas	,296	,074	,362	3,991	,001	,337	2,971	
Persepsi harga	,591	,094	,563	6,254	,001	,342	2,923	

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

Model regresi linier yang diperoleh dari tabel di atas adalah:  $(Y) \text{ Keputusan Mengingat} = 4,148 - 0,023 (X1) + 0,296 (X2) + 0,591 (X3)$

1. Nilai konstanta = 4,148 menunjukkan bahwa keputusan mengingat bernilai 4,148 ketika seluruh nilai variabel bebas adalah 0.
2. Nilai faktor kualitas pelayanan sebesar -0,023 menunjukkan pengaruh negatif ( berlawanan arah ) antara kualitas pelayanan terhadap keputusan mengingat. Hal ini dapat diartikan jika terjadi kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka sebaliknya keputusan mengingat akan mengalami penurunan sebesar 0,023 kali, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
3. Nilai faktor fasilitas 0,296 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan fasilitas sebesar 1 satuan, maka Keputusan mengingat akan meningkat sebesar 0,296 kali.
4. Nilai faktor persepsi harga sebesar 0,591 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan persepsi harga sebesar 1 satuan, maka Keputusan mengingat akan meningkat sebesar 0,591 kali.

## 6. Uji F (Secara Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada tabel di bawah ini akan dijelaskan menggunakan uji-F.

Tabel 7. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1529,895	3	509,965	88,105	,001 <sup>b</sup>
	Residual	555,665	96	5,788		
	Total	2085,560	99			

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi hasil uji F adalah 0,001. Signifikansi uji-F lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), nilai f hitung  $88,105 > 2,70$ , menunjukkan adanya pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan terhadap keputusan menginap antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu Desembrianita & Ruslin, (2016), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan menginap.

## Uji T (Secara Parsial )

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel bebas (kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga) terhadap variabel terikat (keputusan menginap). Pengujian parsial masing-masing variabel dengan uji-t dijelaskan di bawah ini menggunakan output SPSS.

Tabel 8. Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,148	2,410		1,721	,088

Kualitas pelayanan	-,023	,082	-,024	-,279	,781
Fasilitas	,296	,074	,362	3,99	,001
Persepsi harga	,591	,094	,563	6,25	,001

Sumber: SPSS for windows (diolah penulis)

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap**

Hasil uji-t untuk variabel X1 (kualitas pelayanan) didapatkan nilai signifikansi kualitas pelayanan adalah  $0,781 > 0,05$ , dan untuk variabel X1 pada uji t ditemukan hasil t hitung  $-0,279$  dan t tabel yaitu  $1,984$  (t hitung  $-0,279 < 1,984$ ), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap H1 ditolak dan H0 diterima. Hasil uji-t penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Rumambi et.al (2019), yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap**

Didapati hasil uji t untuk variabel fasilitas yaitu t-hitung  $3,991 > 1,984$  ( t tabel ). Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel fasilitas dengan variabel keputusan menginap. Hasil hipotesisnya adalah H2 diterima, H0 ditolak, kesimpulan ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Hartini (2017), Anwar & putra (2020) dan Hadian (2016), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap.

### **Pengaruh persepsi Harga Terhadap Keputusan Menginap**

Hasil uji t untuk variabel persepsi harga adalah T hitung  $6,254 > 1,984$  ( t tabel ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi harga dengan variabel keputusan menginap, dan dapat disimpulkan bahwa H3 dapat diterima, H0 ditolak. Kesimpulan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Hartini (2017), Desembrianita & Ruslin (2016), Hadian (2016), dan Rumambi et.al (2019), yang sama-sama menyatakan ada pengaruh secara signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan menginap.

## Analisis Korelasi Parsial (r) dan Koefisien Determinasi (KD)

Tabel .10 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Variabel	Parsial	Kategori	Koefisien Determinasi	R tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0.028	Korelasi sangat lemah	0,078%	0,196	Tidak Signifikan
Fasilitas	0.377	Korelasi lemah	14,21%	0,196	Signifikan
Persepsi Harga	0.538	Korelasi sedang	28,9%	0,196	Signifikan
Simultan	0.734	Korelasi kuat	53,8%	0,196	Signifikan

Dapat disimpulkan koefisien korelasi parsial variabel kualitas pelayanan 0,028, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan menginap secara parsial tidak signifikan dan lemah. Dengan memperhitungkan koefisien determinasi sebesar 0,078% untuk variabel kualitas pelayanan, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Kelapa Gading.

Koefisien korelasi parsial antara variabel fasilitas terhadap keputusan menginap didapatkan nilai sebesar 0,377 berdasarkan hasil koefisien korelasi, sedangkan nilai koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 14,21% maka secara parsial menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap keputusan menginap. Yang artinya ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel persepsi harga dengan variabel keputusan menginap secara parsial, yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,538 antara variabel persepsi harga dengan variabel keputusan menginap. Variabel persepsi harga memiliki koefisien determinasi sebesar 28,9% yang berarti dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Kelapa Gading.

Secara simultan variabel seperti kualitas layanan, fasilitas, dan persepsi harga diketahui memiliki hubungan positif yang kuat dengan keputusan menginap. Nilai korelasi sebesar 0,734, menunjukkan hubungan yang signifikan. pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga berpengaruh sebesar 53,8% terhadap keputusan menginap pada koefisien determinasi, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Hasil dari Analisa yang dilakukan peneliti memunculkan kesimpulan yaitu: secara parsial Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Kelapa Gading, adapun fasilitas, dan persepsi harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menginap di hotel santika kelapa gading, secara simultan kualitas pelayanan,fas ilitas,persepsi harga berpengaruh signifiakan terhadap Keputusan menginap di hotel santika kelapa gading.

## **SARAN**

Perlunya meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar dapat memberikan kepuasan sehingga konsumen tidak terlalu berfikir panjang untuk menginap di Hotel Santika Kelapa Gading.

Dalam penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan hal-hal lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti : Promosi, lokasi, dan kepuasan pelanggan yang secara positif dapat mempengaruhi keputusan menginap.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Suatu karya tulis pasti memiliki kekurangan karena kemampuan penulis yang terbatas,selain itu penelitian ini dilakukan oleh konsumen hotel santika kelapa gading dengan keputusan yang dipilih oleh konsumen melalui pengisian angket,dalam penelitian selanjutnya penulis dapat menambah kan variabel,jumlah sampel,dan banyak teori guna meninjau penelitian yang maksimal.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

peneliti mengucapkan terimakasih untuk pihak hotel santika kelapa gading yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian,serta kepada seluruh dosen STEIN yang telah memberikan banyak masukan dan dukungan dalam penulisan makalah penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, I., & Gowda, K. R. (2021). *The effect of airline service quality on customer satisfaction and loyalty in India*.
- Anam, C., & Laily Maghfiroh, R. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Kasus : Bimbingan Belajar Sony Sugema Collage Area Jombang). *Journal of Management, Accounting, Economic and Business, Vol 02 No(02)*, 142–155. <http://trianglesains.makarioz.org>
- Anwar. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Travellers Suites Medan*.
- Desembrianita, E., & Ruslin. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan merek (Planning & Strategy). In *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Hadian, D. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga Terhadap kepuasan konsumen (Survey pada Hotel Bintang Tiga di Satuan Kawasan Wisata. *Cipanas Garut*).
- Hartini, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya*.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, and M. O. O. (2018). *Principles of Marketing*.
- L.g, S., & Kanuk.l.l. (2018). *perilaku konsumen (7th ed.)*. indeks.
- Mudarni, N. W. (2018). *Analisis Kualitas Layanan Diklat Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Pemasaran (I. W. Jondra (ed.))*. LPMP Bali.
- Priansa. (2017). *Konsumen, Pemasaran, Dan Komunikasi Kontemporer*. 07(52), 15–63.
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*. Agung Budi Santoso.
- Setiadi, D. N. j. (2003). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Motif, Tujuan dan*

*Handayani, Arifiansyah*

*Keinginan Konsumen (Ketiga). prenadamedia group.*

Tjiptono, F. (2009). . *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi offset.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : prinsip, penerapan dan penelitian* (Ed.Saya).  
Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *pemasaran strategik* (3rd ed.). Andi offset.

Wibowo, herianto ari, & fausi, mohamad. (2017). *PELAYANAN KONSUMEN*.