

Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Minat Menginap Kembali di Hotel

Damas Aryo Anggoro, & Dimas Aryo Baskoro

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Jl. Curug Mekar No. 17, Yasmin. Kota Bogor, Jawa Barat 16113, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Interest in visiting Service quality Hotel</p> <p>Kata Kunci: Minat berkunjung Kualitas pelayanan Hotel</p>	<p><i>The aim of this study is to determine how service quality influences tourists' interest in revisiting or staying again at a hotel. This study uses a quantitative method by presenting data variables in a structured, comprehensive, valid, and accountable manner. The sample consists of 100 visitors who have previously stayed at Hotel Salak Bogor, selected using a random sampling technique. The results of the study show that good service quality can influence the hotel's room occupancy rate, which in turn impacts the hotel's main revenue derived from room sales/rentals. The level of service quality is also perceived by consumers, which indirectly affects their interest in returning to staying at the hotel in the future. Therefore, the intention to revisit is determined by the quality of service provided to consumers.</i></p>
<p>Corresponding author: d.aryo@yahoo.co.id</p> <p>Copyright © 2025 by Authors, Published by GARUDA. This is an open access article under the CC BY-SA License</p> 	<p>SARI PATI</p> <p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat berkunjung atau menginap kembali wisatawan di sebuah hotel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyajikan variabel data secara terstruktur, komprehensif, valid dan dapat di pertanggung jawabkan. Sampel diambil terhadap 100 pengunjung yang pernah mengunjungi Hotel Salak Bogor, dengan menggunakan teknik random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel sehingga bisa berdampak pada pendapatan besar hotel yaitu berasal dari penjualan/penyewaan kamar. Tingkat kualitas pelayanan juga dapat dirasakan konsumen sehingga secara tidak langsung berdampak pada minat berkunjung untuk kembali menginap di hotel tersebut di kemudian hari. Dengan demikian, minat berkunjung ditentukan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.</p>

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia telah mengalami banyak kemajuan dari tahun ke tahun, terutama di daerah tempat-tempat rekreasi seperti pegunungan dan pantai. Saat ini sector pariwisata menjadi salah satu penghasil devisa terbesar bagi Negara Indonesia. Sektor pariwisata juga memiliki peluang kerja yang sangat besar. Hal ini merupakan hasil kerja keras pemerintah, pihak swasta, pihak investor, serta segenap lapisan masyarakat yang sadar dan peduli bahwa sector pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan sehari-hari.

Hotel sebagai salah satu jenis akomodasi komersial yang berfungsi memenuhi kebutuhan tamu dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa-jasa lainnya. Perkembangan saat ini, hotel tidak hanya sebagai tempat penginapan. Hotel sekarang ini telah berfungsi disesuaikan menurut kebutuhan konsumen saat ini, antara lain hotel juga berfungsi sebagai tempat untuk melaksanakan konferensi, pesta pernikahan, ulang tahun dan kegiatan sebagainya. Sehingga fasilitasnya pun telah disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Pada saat ini dunia berada di bawah tekanan pandemi COVID-19 yang berpengaruh besar bagi sector pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Dalam dua tahun terakhir menjadi salah satu tantangan terbesar bagi para pelaku industri akomodasi wisata atau perhotelan di Indonesia, untuk dapat terus bertahan di tengah pandemi. Bagaimana tidak, menurut data dari Buku Tren Pariwisata 2021, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk Indonesia pada bulan Februari 2020 menurun drastis. Bahkan jumlahnya pun terus menurun hingga puncaknya terjadi di bulan April 2020, yang hanya ada 158 ribu wisatawan mancanegara datang ke Indonesia. Bukan itu saja, pada 2019 hingga 2020, kunjungan wisatawan nusantara pun turun 30%. Kondisi ini pun mengakibatkan hampir 1,58 juta pekerjaan di sector pariwisata dan ekonomi kreatif terdampak pandemi

COVID-19. Penurunan tersebut sangat berdampak pada okupansi hotel di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, bulan Januari dan Februari 2020 okupansi hotel masih di rata-rata normal, yaitu 49,71% dan 49,22%.

Namun adanya pandemi menyebabkan tingkat okupansi kamar hotel menurun drastis pada Maret menjadi 32,24%, dan terus mengalami penurunan hingga 12,7% pada April. Jumlah penurunan angka okupansi hotel tetap bertahan di bawah 20% hingga memasuki bulan Juni 2020. Melihat data tersebut, bisa dibayangkan kondisi ini sangat memprihatinkan, terlebih lagi sector pariwisata dan ekonomi kreatif telah lama menjadi salah satu tulang punggung ekonomi nasional. Untuk itu, sudah seharusnya industri pariwisata, khususnya akomodasi wisata, melakukan inovasi, adaptasi, dan kolaborasi agar sector pariwisata dan ekonomi kreatif dapat bertahan di tengah pandemi. Strategi inovasi akan membantu para pelaku industri perhotelan di Indonesia bertahan di tengah pandemi, atau setidaknya hingga situasi kembali normal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) memberikan tiga strategi yang dapat diterapkan di sector akomodasi wisata di masa pandemi, yaitu:

1. Strategi pivoting, pivoting adalah mengubah strategi bisnis melalui berbagai inovasi. Seperti menghadirkan layanan atau produk baru, sekaligus memaksimalkan teknologi digital. Artinya, penerapan strategi pivoting memberikan layanan lain selain kamar menginap. Strategi ini bertujuan untuk menyiasati occupancy rate yang menurun akibat pandemi COVID-19. Contoh strategi yang bisa diterapkan adalah menyediakan opsi limited meeting. Atau menjalin kerja sama dengan wedding organizer untuk menyelenggarakan pernikahan di tengah pandemi, sesuai dengan protokol kesehatan yang ketat. Selain itu, para pelaku industri perhotelan juga bisa memberikan layanan-layanan lain yang dibutuhkan oleh masyarakat.

- Seperti catering atau bahkan kelas yoga berbayar sebagai salah satu fasilitas.
2. Strategi positioning, Strategi industri akomodasi pariwisata selanjutnya adalah positioning. Di masa pandemi, industri perhotelan bisa memosisikan hotel bukannya sebagai tempat menginap saja. Namun menjadi tempat wisata dan bekerja yang nyaman: sebagai tempat staycation, dan work from hotel (WFH). Selain memberikan promo dan paket khusus, pihak perhotelan pun sudah harus dilengkapi dengan sertifikat CHSE (Cleanliness, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability) agar wisatawan yang datang menginap merasa lebih aman dan nyaman.
 3. Contactless experience Seperti yang kita tahu, pandemi mengharuskan kita untuk menjaga jarak dan membatasi kontak langsung dengan orang lain. Oleh karena itu, satu strategi yang patut diterapkan pada industri akomodasi wisata agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah contactless experience. Contohnya dengan menciptakan pengalaman menginap yang minim sentuhan, dan mulai memanfaatkan teknologi digital, yaitu adanya akses booking online. Untuk layanan makanan juga bisa memulai menyediakan fasilitas grab and go bagi para pengunjung agar lebih nyaman. Bahkan, tidak ada salahnya menyediakan lebih banyak ruangan outdoor, atau private pool jika memungkinkan. Mengingat, pandemi membuat masyarakat lebih merasa aman berada di area yang memiliki sirkulasi udara yang baik. Selain memberikan tiga strategi di atas, Kemenparekraf/ Baparekraf juga melakukan berbagai upaya sambil bekerja sama dengan sektor lain dalam mengoptimalkan keberlangsungan industri perhotelan di Indonesia. Mulai dari mengencangkan standarisasi protokol kesehatan dengan memberikan sertifikat CHSE, memberikan Dana Hibah Pariwisata, memberikan pelatihan dan webinar, hingga melakukan vaksinasi bagi para pekerja perhotelan demi pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia.

Kota Bogor berada di Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang diminati para wisatawan. Besarnya minat wisatawan berkunjung ke Bogor memicu meningkatnya sebuah peluang dalam jenis berbisnis, baik objek wisatanya maupun usaha-usaha lain yang berhubungan dengan sebuah aktivitas wisata seperti hotel, objek wisata, kuliner dan lain sebagainya. Kota Bogor merupakan kota satelit yang berkembang dengan pesat dengan koneksi yang sangat baik ke ibukota Indonesia yang sibuk dan Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Kota Bogor juga merupakan kota modern yang menjadi pusat ekonomi penting dalam dirinya sendiri, menampung banyak kantor perusahaan, pusat ilmiah dan lain sebagainya. Terletak di dataran 300 meter di atas permukaan laut, udara bogor yang lebih sejuk menjadikannya tujuan populer bagi para pelancong yang ingin melepaskan diri dari panasnya Kota Jakarta. Dan Kota Bogor juga terletak sekitar 60 km di selatan Jakarta.

Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk/jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Keberadaan hotel di Kota Bogor sendiri baru-baru ini semakin meningkat seiring dengan perkembangan Kota Bogor baik infrastruktur maupun perekonomian di Kota Bogor. Hal ini dapat membuat persaingan hotel di Kota Bogor semakin ketat, para pelaku bisnis hotel pun semakin meningkatkan kualitas produk (hotel) mereka baik dari segi fasilitas maupun pelayanan jasa hotel. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa tentunya Hotel Salak The Heritage Bogor sangat memprioritaskan terkait dengan kenyamanan maupun kepuasan pelanggan, karena dengan meningkatkannya pelayanan karyawan serta fasilitas-fasilitas yang ada di hotel, hal itu tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan minat pengunjung pasca menginap di hotel tersebut.

Industri hotel merupakan industri jasa campuran dimana barang dan jasa ditawarkan dengan proporsi

yang sama antara produk dan layanan. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Supaya hotel mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan programnya, maka segala sesuatu yang diperlukan oleh tamu dan semua fasilitas-fasilitas yang menunjang harus siap tersedia.

Hotel Salak The Heritage yang terletak di Jl. Ir. H. Juanda No.8, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121 memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik, dan banyak dikunjungi karena menyediakan fasilitas yang menarik dan nyaman agar tamu datang menginap mendapatkan kenyamanan di hotel tersebut dengan menikmati fasilitas yang telah disediakan.

Penulis mendapat infomarsi mengenai data pengunjung hotel Salak The Heritage Bogor melalui bagian Front Office Department dari tahun 2019

hingga 2021, data ini dilihat dari jumlah pengunjung setiap tahunnya pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Tamu

Data tamu menginap di Hotel Salak The Heritage	
Tahun	Jumlah Tamu
2019	36.235
2020	23.354
2021	28.502

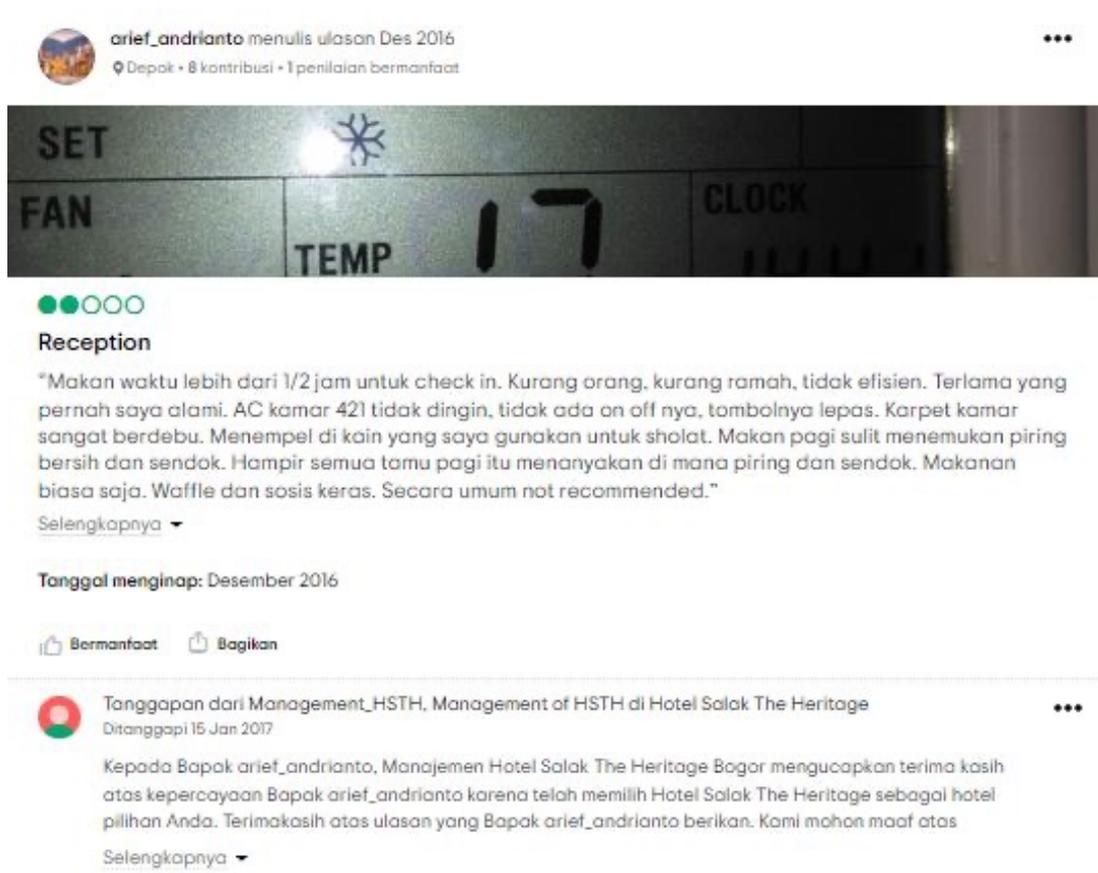
Sumber: Front Office Department 2022

Walaupun kualitas pelayanan sudah baik dan memuaskan masih ada saja tamu yang merasa kurang puas, sehingga perlu ada pengecekan dan evaluasi terhadap pentingnya kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung untuk kembali menginap.

Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel sehingga bisa berdampak pada pendapatan besar hotel yaitu berasal dari penjualan atau penyewaan kamar. Tingkat



Gambar 1.1 Keluhan atas Pelayanan di Hotel Salak Bogor
Sumber : <https://bit.ly/3wrOivB>



Gambar 1.2 Keluhan atas Pelayanan di Hotel Salak The Heritage
 Sumber : <https://bit.ly/3wrOivB>

kualitas pelayanan juga dapat dirasakan konsumen sehingga secara tidak langsung berdampak pada minat berkunjung untuk kembali menginap di hotel tersebut di kemudian hari, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat hunian atau pendapatan hotel tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Dibidang industri jasa kualitas pelayanan sangat diperhitungkan, karena kualitas pelayanan sangat berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Minat berkunjung ditentukan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Landasan Teori

Hotel

Dunia perhotelan adalah sebuah aspek bidang bisnis yang sangat besar dan meliputi banyak aspek bidang kerja. Karenanya, fungsi sebuah hotel tidak hanya memberikan pelayanan jasa penginapan tapi lebih mementingkan aspek

jasa pelayanan. Semua pegawai hotel harus menunjukkan keramahtamahan agar tamu merasa nyaman dan betah. Sehingga tamu bersedia datang kembali untuk menginap di hotel ketika kunjungan berikutnya.

Hotel adalah suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial (Hermawan., 2018). Sedangkan pengertian Hotel menurut SK Menparpostel No.KM/37/PW/304/MPPT-86 adalah suatu jenis akomodasi yang menyediakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Menurut Bagyono (2012:63) Hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan, bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya.

Berbicara mengenai suatu akomodasi ada satu jenis akomodasi yang sangat populer di dunia ini yakni hotel. Menurut Bagus (2016:42) “hotel berasal dari Bahasa Latin yaitu “*hospes*” yang memiliki arti orang asing yang menginap di rumah seseorang.” Lain halnya menurut Prakoso (2017:4) yang menyatakan bahwa “hotel berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*hosteis*” yang memiliki arti memberi tempat perlindungan kepada orang asing yang memberi upah kepada pemiliknya.”

Berdasarkan definisi para ahli maka penulis menyimpulkan bahwa hotel adalah suatu bidang usaha atau suatu akomodasi yang diperuntukkan kepada orang yang sedang melakukan kegiatan pekerja di tempat lain dan membutuhkan suatu tempat untuk menginap atau beristirahat.

Kualitas pelayanan

Rusydi (2017:39) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Kasmir, (2017:64) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Kotler (2011:66) dalam Meithiana Indrasari (2019:62-63) menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti:

1. Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.

2. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
3. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
4. Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
5. Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai hati pelanggan.
6. Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
7. Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.
8. Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
9. Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan.
10. Memahami konsumen, yaitu pegawai benar-benar mencerminkan kualitas layanan.

Zeithaml dkk dalam Mardo, (2016:31) memberikan indikator ukuran kualitas pelayanan yang terletak pada lima (lima) dimensi, yaitu:

1. Tangibles (kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya).
2. Reliability (kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya).
3. Responsiveness (kesanggupan untuk membantu menyediakan pelayanan secara dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan).
4. Assurance (kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan).
5. Emphaty (sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan).

Pengertian Minat Pengunjung

Menurut Umar dalam Bachtiar (2016:17), minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Adapun indikator yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan menurut Zeithaml dan Bitner dalam Utama (2017:207) terdiri atas:

1. Adanya keinginan untuk berkunjung Kembali ke destinasi tersebut.
2. Rela menceritakan kepuasannya terhadap destinasi tersebut kepada orang lain.
3. Bersedia merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi.
4. Pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif kepada destinasi.
5. Selalu melakukan hubungan sosial yang harmonis dengan pihak pengelola destinasi wisata.
6. Pengunjung berkeinginan untuk memberikan masukan demi perbaikan destinasi wisata di masa depan.

Menurut Ferdinand dalam Sari dan Edriana Pangestuti (2018) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli

pada individu. Adapun indikator-indikator yang dimaksud, sebagai berikut:

1. Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa.
2. Minat preferensial ialah perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
3. Minat eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

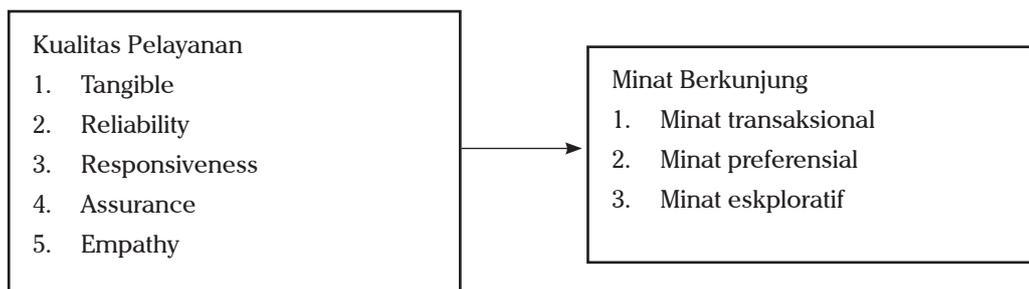
Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Berdasarkan teori di atas penulis menyimpulkan bahwa kerangka pemikiran merupakan suatu model yang menggambarkan bagaimana hubungan antar variabel masalah yang terdiri dari variabel X (independent) dan Y (dependent).

Berdasarkan latar belakang teori bahwa Kualitas pelayanan mempengaruhi Minat pengunjung, maka penelitian ini akan mengangkat teori tersebut dengan objek Hotel Salak The Heritage. Berikut ini merupakan kerangka pemikiran berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Untuk Kembali Menginap”.

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir



Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini yaitu:

H0: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung untuk kembali menginap.

H1: Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung untuk kembali menginap.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif kualitas pelayanan dan minat berkunjung.

Pengertian metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2017, hlm. 72).

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti dan selanjutnya dipelajari untuk diambil kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian

dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui, sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Dalam pengambilan sample penulis menggunakan perhitungan rumus slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013) dalam Sudarso (2019) yaitu :
 $n = \frac{N}{1 + ne^2}$ dimana:

n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = batas toleransi kesalahan diharapkan 10 persen atau 0,1

Berdasarkan penjelasan diatas dan berdasarkan data tamu yang menginap di Hotel Salak The Heritage Bogor pada tahun 2019-2021 yaitu sebanyak 88,091 , maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{88.091}{1 + 88.091(0,1)^2}$$

$$n = \frac{88.091}{88.091}$$

$$n = 99,8 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Teknik pengambilan sampling ini diambil dengan probability sampling dengan menggunakan teknik random sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2017: 120).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan peneliti adalah data kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkret), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat positivistic digunakan pada populasi atau sampel tertentu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Sumber data yang didapatkan secara langsung dalam penelitian melalui kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah definisi dari variabel independen dan variabel dependen:

1. *Variabel Independen*

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variable dependen atau variable terikat. Menurut Sugiyono (2019:61) variable independen adalah variable variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variable independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X).

2. *Variabel Dependen*

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsukuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Minat Pengunjung (Y).

Definisi Konseptual Variabel

a. *Variabel bebas*

Kualitas Pelayanan:

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang diterima. (Rambat Lupiyoadi, 2011:65 dalam Meithiana Indrasari, 2019:57)

b. *Variabel terikat*

Minat pengunjung:

Menurut Umar dalam Bachtiar (2016:17), minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:102) menyatakan bahwa

instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan dan minat pengunjung. Untuk mengukur dalam setiap pertanyaan di dalam kuesioner adalah berdasarkan skala likert.

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti ialah dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:133) “Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk menganalisis data

dengan metode penelitian kuantitatif, jawaban dari responden pengskorannya seperti:

- a. Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif/ Sangat Baik 5
- b. Setuju/Kadang/Positif/Baik 4
- c. Cukup Setuju/Tidak Pernah/Negatif 2
- d. Tidak Setuju/Sangat Negatif/Tidak Benar 2
- e. Sangat Tidak Setuju/Sangat Negatif/ Sangat Tidak Baik 1

Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015, h.38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan minat pengunjung sebagai variabel dependen (Y).

Table 3.2 Operasional Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	
Kualitas Pelayanan (X)	Tangibles	Penampilan staf dalam melayani pelanggan	Likert	
		Tingkat Kebersihan Gedung		
	Reliability	Kehandalan Karyawan Dalam Melayani Pelanggan		
		Kemampuan staf dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan		
	Responsiveness	Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan		
		Semua keluhan pelanggan direspon oleh staff		
	Assurance	Staf memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan		Likert
		Keterampilan dan pengetahuan staf		
	Empathy	Mendahulukan kepentingan pelanggan		Likert
		Staf melayani dengan sikap ramah		
		Staf melayani dan menghargai setiap pelanggan		

Sumber : Zeithaml dkk dalam Mardo, (2016:31)

Table 3.3 Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Pengunjung (Y)	Minat <i>transaksional</i>	Adanya keinginan untuk membeli kamar di hotel Salak The Heritage.	Likert
	Minat <i>preferensial</i>	Bersedia merekomendasikan kepada para pengunjung lain untuk berkunjung ke hotel.	
	Minat <i>eksploratif</i>	Adanya keinginan untuk mencari informasi tentang hotel Salak The Heritage sebelum mengunjungi.	Likert

Sumber : Zeithaml dan Bitner dalam Utama (2017:207)

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu IBM SPSS for windows untuk uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas.

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan menurut Moleong (2017:280-281) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017, p.121) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika di gunakan untuk mengukur berat.

Dalam menentukan jumlah responden uji coba instrumen peneliti menggunakan keseluruhan dari jumlah subjek penelitian yaitu sebanyak 100 orang. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan Product Moment Pearsons pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 26.

Kriteria pengujian:

1. Jika $\text{sig (2-tailed)} < \alpha (0,05)$, maka kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika $\text{sig (2-tailed)} > \alpha (0,05)$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji realibilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Menurut Sugiyono (2017, p.121) instrumen yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrument yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 26.

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi:

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2017, p.184)

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan data berdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$ dan data tidak berdistribusi normal, jika signifikansi $< 0,05$.

Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Suyono (2018:05) regresi sederhana adalah model probalistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen (bebas) dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (terikat). Persamaan regresi sederhana dengan preditor menurut Sugiyono (2017) dalam Maulana, Mahmuda (2015) dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \text{Nilai yang diprediksikan}$$

$$a = \text{Konstantan atau bila harga } X=0$$

$$b = \text{Koefisien Regresi}$$

$$X = \text{Nilai Variabel Independen}$$

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (adjusted R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi

variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi $0,05$ maka hipotesis ditolak.

Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengumpulan data kuesioner hasil jawaban responden, dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 orang tamu pada Hotel Salak Bogor, pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan IBM Spss for windows.

Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini hasil dari pengumpulan data kuesioner yang disebar dalam objek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan umur

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan umur 17 – 25 tahun menempati tingkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 80 orang atau 80 %.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki menempati tingkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 53 orang atau 53%.

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan

Table 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	17 – 25 tahun	80	80 %
2.	26 – 30 tahun	7	7 %
3.	31 – 35 tahun	5	5 %
4.	36 – 40 tahun	4	4 %
5.	45 > tahun	4	4 %
Jumlah		100	100 %

Table 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	53	53 %
2.	Perempuan	47	47%
Jumlah		100	100 %

Table 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SMA/SMK	68	68%
2.	Diploma	23	23%
3.	Sarjana	9	9%
Jumlah		100	100 %

Table 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	48	48%
2.	Pegawai Swasta	22	22%
3.	Wiraswasta	15	15%
4.	PNS	11	11%
5.	Polri	1	1%
6.	Housekeeping	1	1%
7.	Direktur Utama	1	1%
8.	Belum Bekerja	1	1%
Jumlah		100	100 %

pendidikan terakhir SMA/SMK menempati tingkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 68 orang atau 68%.

4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan
 Dari tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa menempati peringkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 48 orang atau 48%.

5. Karakteristik responden berdasarkan domisili

Dari tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan

domisili Bogor menempati peringkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 58 orang atau 58%.

6. Karakteristik responden berdasarkan jumlah berkunjung

Dari tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan jumlah berkunjung > 3 kali menempati peringkat tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 44 orang atau 44%

Table 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Jakarta	12	12%
2.	Bogor	58	58%
3.	Depok	10	10%
4.	Bekasi	13	13%
5	Banten	1	1%
6	Lampung	1	1%
7.	BSD	1	1%
8.	Palembang	1	1%
9.	Bandung	3	3%
Jumlah		100	100 %

Table 4.6 Karakteristik responden Jumlah Berkunjung

No.	Jumlah Berkunjung	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	1 kali	33	33%
2.	2 kali	23	23%
3.	> 3 kali	44	44%
Jumlah		100	100 %

Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel kualitas pelayanan dan minat berkunjung yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

Deskripsi jawaban responden untuk melihat jawaban responden berdasarkan variabel kualitas pelayanan berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui respon terhadap variabel kualitas pelayanan.

Table 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No.	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		ST (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Hotel Salak memiliki gedung yang bersih	76	76	18	18	2	2	3	3	1	1
2	Karyawan hotel salak berpenampilan yang rapi dan menarik	14	14	77	77	6	6	3	3	0	0
3	Hotel Salak memiliki lahan parkir yang luas	10	10	10	10	22	22	52	52	6	6
4	Fasilitas yang disediakan Hotel Salak sudah lengkap	19	19	22	22	52	52	7	7	0	0
5	Karyawan Hotel Salak dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan	17	17	58	58	21	21	3	3	1	1
6	Karyawan Hotel Salak melaksanakan berbagai kegiatan pelayanan berbagai kegiatan pelayanan sesuai dengan pesanan	49	49	29	29	18	18	4	4	0	0
7	Karyawan Hotel Salak menyapa konsumen yang datang	17	17	67	67	9	9	5	5	2	2
8	Karyawan Hotel Salak selalu mengucapkan terima kasih kepada konsumen yang telah menikmati produk dan jasa (pelayanan) Hotel Salak	27	27	22	22	45	45	5	5	1	1

9	Karyawan di Hotel Salak siap dan sigap dalam melayani konsumen	21	21	50	50	16	16	9	9	4	4
10	Karyawan di Hotel Salak menyelesaikan kebutuhan dengan cepat dan tepat	43	43	25	25	22	22	8	8	2	2
11	Karyawan di Hotel Salak selalu menerima keluhan dari konsumen	18	18	61	61	15	15	5	5	1	1
12	Semua transaksi dilakukan dengan cepat dan tepat	28	28	28	28	38	38	5	5	1	1
13	Karyawan Hotel Salak mempunyai pengetahuan tentang produk di Hotel Salak	19	19	51	51	24	24	5	5	1	1
14	Karyawan di Hotel Salak memahami kebutuhan konsumen dan tidak membedakan status sosial dalam pelayanannya	43	43	29	29	19	19	6	6	3	3
15	Konsumen mendapatkan kemudahan dalam pencarian informasi yang dibutuhkan	19	19	54	54	17	17	9	9	1	1
16	Karyawan Hotel Salak ramah dalam pelayanannya	25	25	28	28	42	42	5	5	0	0
17	Hotel Salak selalu berusaha memenuhi keinginan konsumen	18	18	59	59	17	17	5	5	1	1
18	Karyawan Hotel Salak dapat berkomunikasi dengan baik dan jelas	49	49	31	31	15	15	3	3	2	2

Mengenai jawaban “sangat setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pertanyaan no.1 dengan jumlah responden 76 orang (76%) dengan item pertanyaan “Hotel Salak memiliki gedung yang bersih”, untuk variabel “tidak

setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pertanyaan no.3 dengan jumlah responden 52 orang (52%) dengan item pertanyaan “Hotel Salak memiliki lahan parkir yang luas”.

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Berkunjung (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		ST (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Anda berminat untuk mengunjungi kembali Hotel Salak	65	65	26	26	6	6	3	3	0	0
2	Anda tidak ragu untuk merekomendasikan Hotel Salak kepada teman dan keluarga	24	24	52	52	19	19	5	5	0	0
3	Hotel Salak memenuhi apa yang anda harapkan dibandingkan hotel yang lainnya	31	31	31	31	14	14	23	23	1	1

Deskripsi jawaban responden untuk melihat jawaban responden berdasarkan variabel minat berkunjung berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui respon terhadap minat berkunjung. Mengenai jawaban “sangat setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pertanyaan no.1 dengan jumlah responden 65 orang (65%) dengan item pertanyaan “Anda berminat untuk mengunjungi kembali Hotel Salak”. Untuk variabel “tidak setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pertanyaan no.3 dengan jumlah responden 23 orang (23%) dengan item pertanyaan “Hotel Salak memenuhi apa yang anda harapkan dibandingkan hotel yang lainnya”.

Pengujian Prasarat Analisis

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan korelasi product

moment. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26 for windows. Kriteria pengujian untuk uji ini adalah :

1. Jika sig (2-tailed) $< \alpha$ (0,05), maka kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika sig (2-tailed) $> \alpha$ (0,05), maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Kualitas Pelayanan. Hasil yang didapat yaitu dimana nilai Sig $<$ Alpha (0,05), dengan demikian seluruh pernyataan untuk Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan (X)

Pertanyaan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 12	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 13	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 16	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 17	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 18	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Minat Berkunjung (Y)

Pertanyaan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig $<$ Alpha	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas untuk variabel Minat Berkunjung dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Minat Berkunjung. Hasil yang didapat yaitu dimana nilai Sig < Alpha (0,05), dengan demikian seluruh pernyataan untuk Minat Berkunjung dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X dan instrumen variabel Y, berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	18

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan berstatus reliabel. Dengan nilai Cronbach Alpha untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,864. Kesimpulan dari

data diatas bahwa keseluruhan pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Minat Berkunjung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	18

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji reliabilitas untuk variabel minat berkunjung dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan berstatus reliabel. Dengan nilai Cronbach Alpha untuk variabel minat berkunjung sebesar 0,669. Kesimpulan dari data diatas bahwa keseluruhan pertanyaan pada variabel minat berkunjung dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametrik One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test.

Tabel 4.13 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85064470
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.052
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Exact Sig. (2-tailed)		.883
Point Probability		.000

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, menunjukkan bahwa hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,883 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14 Uji Regresi Linear Sederhana)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.589	1.477		2.430	.017
	Kualitas Pelayanan	.123	.021	.509	5.849	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Diketahui nilai constant (a) sebesar 3,589, sedang nilai Kualitas Pelayanan (b/koefisien regresi) sebesar 0,123 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,589 + 0,123X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 3,589, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel minat berkunjung adalah sebesar 3,589.
- Koefisien regresi X sebesar 0,123 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai minat berkunjung bertambah sebesar 0,123. Koefisien regresi tersebut nilai bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X

terhadap variabel Y adalah positif.

Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

Berdasarkan nilai : diketahui nilai thitung sebesar $5,849 > t_{tabel} 1,987$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.15 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.509 ^a	.259	.251	1.860

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Uji Statistik F dan Uji T

Hasil uji statistik f dan uji t untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.16 Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.376	1	118.376	34.214	.000 ^b
	Residual	339.064	98	3.460		
	Total	457.440	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 34,214 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel minat berkunjung atau

dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat berkunjung (Y).

4.17 Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.589	1.477		2.430	.017
	Kualitas Pelayanan	.123	.021	.509	5.849	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS di atas menunjukkan hasil variabel Kualitas Pelayanan (X) diperoleh dari nilai T hitung dengan total 5,849 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Minat Berkunjung (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian terhadap hipotesis yang sudah dilaksanakan, maka didapat bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menandakan bahwa Kualitas Pelayanan

berpengaruh terhadap Minat Berkunjung di Hotel Salak The Heritage Bogor. Besarnya pengaruh terhadap variabel X dan Y tercantum dihasil Uji Koefisien Determinasi dengan besaran hasil nilai mencapai 0,259, yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Minat Berkunjung) adalah sebesar 25,9%.

Berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, variabel ini memberikan pengaruh yang sangat baik. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tanggapan

responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Salak The Heritage yang setuju dengan pernyataan ini menghasilkan 76% yang menjawab sangat setuju akan pernyataan ini dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 52%. Lalu berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tanggapan responden mengenai variabel Minat Berkunjung yang setuju dengan pernyataan ini menghasilkan 65% yang menjawab sangat setuju akan pernyataan ini dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 23%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan kuesioner yang telah disebarikan kepada responden ini terdapat hasil analisis data penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Untuk Kembali Menginap di Hotel Salak The Heritage Bogor dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian uji t yang terdapat pada tabel 4.17 bahwa variabel Kualitas Pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung untuk kembali menginap di Hotel Salak The Heritage.

2. Hasil penelitian uji f yang terdapat pada tabel 4.16 bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung untuk kembali menginap di Hotel Salak The Heritage Bogor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat berkunjung (Y).

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah ada, maka peneliti memberikan bentuk saran:

1. Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan terutama pada fasilitas hotel seperti tempat parkir, karena dengan memperhatikan hal tersebut akan berpengaruh pada minat berkunjung untuk kembali menginap di Hotel Salak Bogor.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel lainnya agar jangkauan penelitian ini dapat lebih luas. ■

REFERENSI

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta Swadaya.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Khairinal, (2016). *Menyusun proposal skripsi, tesis, & disertasi*. Jambi: Salim Media Indonesia Jambi.
- Kotler, P. & K.L., Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin L. K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Thurau, T.H., et al. 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform. Journal of interactive marketing.