

Seberapa Besar Kualitas Pelayanan Dapat Mempengaruhi Keputusan Tamu Menginap?

¹Faizal Hamzah, ²Yosef Abdul Ghani, ³Zartian Ade Silfana

¹STP ARS Internasional, faizal@ars.ac.id

²STP ARS Internasional, yosef.ghani@gmail.com

³STP ARS Internasional, zartianade@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received Juli 6, 2022 Revised Okt 17, 2022 Accepted Okt 17, 2022</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris Seberapa Besar Kualitas Pelayanan Dapat Mempengaruhi Keputusan Tamu Menginap di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari populasi 3.497 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis menggunakan uji R² dan uji t (uji parsial). Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan dan keputusan menginap tamu masuk ke dalam kategori cukup baik. Dari hasil pengujian statistik uji R² kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,1% terhadap keputusan menginap tamu, dan hasil uji t (uji parsial) diperoleh nilai T hitung sebesar 11,662 dengan nilai signifikansi yaitu 0,000. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman.</p>
<p>Kata Kunci: <i>Quality of Service Stay Decision Hotel</i></p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>The purpose of this study was to empirically test the influence of service quality on guest stay decisions at Mercure Bandung Nexa Supratman Hotel. . This research uses a type of quantitative research method with a descriptive and verifiative approach. The sampling technique used is purposive sampling with a sample number of 100 respondents from a population of 3,497 people. Data analysis techniques use simple linear regression analysis by hypothesis testing using the R² test and the t test (partial test). The results of descriptive analysis show that the overall quality of service and guest stay decisions fall into the category quite well. From the results of the R² test statistics, the quality of service had an effect of 58.1% on guest stay decisions, and the results of the t test (partial test) obtained a calculated T value of 11,662 with a significance value of 0.000. Thus, it can be known that H₀ is rejected and H₁ is accepted. The results of this study showed that the quality of service had a positive and significant effect on guests' stay decisions at Mercure Bandung Nexa Supratman Hotel.</i></p>



Penulis Korespondensi:**Yosef Abdul Ghani**

Program studi Manajemen

STP ARS Internasional

Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia

Email: yosef.ghani@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Saat ini, berwisata sudah menjadi kebutuhan setiap orang. Setiap kegiatan wisata tentu tidak terlepas dari kebutuhan akan tempat menginap. Umumnya ketika seseorang sedang melakukan kegiatan wisata ke berbagai destinasi wisata yang jauh dari tempat asalnya, secara tidak langsung ia pasti akan membutuhkan tempat akomodasi menginap dalam menunjang kegiatan berwisata tersebut, salah satunya yaitu hotel. Hal tersebut dimanfaatkan sebagai peluang bagi para pebisnis hotel untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis hotel merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan.

Sekarang konsumen sudah sangat mudah untuk memilih hotel mana yang akan dijadikan sebagai tempat menginap. Sebab, jumlah hotel saat ini sudah sangat banyak. Sementara itu, banyaknya hotel mengakibatkan persaingan bisnis hotel semakin ketat. Sehingga pihak hotel harus terus berupaya keras agar dapat tetap bertahan dalam situasi tersebut. Para pebisnis hotel terus melakukan berbagai macam strategi dengan memberikan penawaran-penawaran yang menarik, mulai dari pemberian diskon, inovasi produk baru, bahkan fasilitas tambahan baru. Hal tersebut dilakukan pihak hotel dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen agar mau berkunjung ke hotel. Setiap konsumen memiliki motivasi dan harapan yang berbeda-beda ketika memutuskan untuk berkunjung ke hotel. Untuk itu, pihak hotel harus mampu memberikan pendekatan kepada konsumen agar dapat mengetahui bagaimana perilaku konsumen tersebut. Dengan memahami perilaku konsumen, maka pihak hotel akan dapat dengan mudah mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Karena perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Konsumen memiliki beberapa proses tahapan dalam penentuan keputusan dalam memilih suatu produk, agar produk yang dipilih sesuai dengan harapannya (Sutarni et al., 2019), menyatakan bahwa tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam memilih komoditas meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Selanjutnya sampai pada proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Keputusan pembelian merupakan tahapan terakhir yang akan dilakukan konsumen setelah melalui beberapa proses tersebut. Proses pengambilan keputusan pembelian akan melibatkan pandangan konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus memberikan kualitas produk yang baik kepada setiap konsumen, karena kualitas produk yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting bagi suatu hotel. Kualitas pelayanan yang baik akan melibatkan persepsi konsumen terhadap suatu hotel. Semakin baik kualitas pelayanan suatu hotel di mata konsumen, maka keuntungan akan dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan keinginan konsumen untuk dapat menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Mercure Bandung Nexa Supratman merupakan jenis hotel moderen, lokasinya tidak jauh dari pusat kota. Hotel ini merupakan hotel berbintang 4 yang dikelola oleh Accor grup. Accor grup merupakan jaringan hotel internasional yang berpusat di Prancis. Tingkat penghunian kamar Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman cenderung fluktuatif. Hal tersebut disebabkan oleh ketatnya persaingan hotel bintang 4 yang ada di Kota Bandung. Berikut data tingkat penghunian kamar (TPK) Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman tahun 2021.

Tabel 1. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman Periode Oktober – Desember 2020

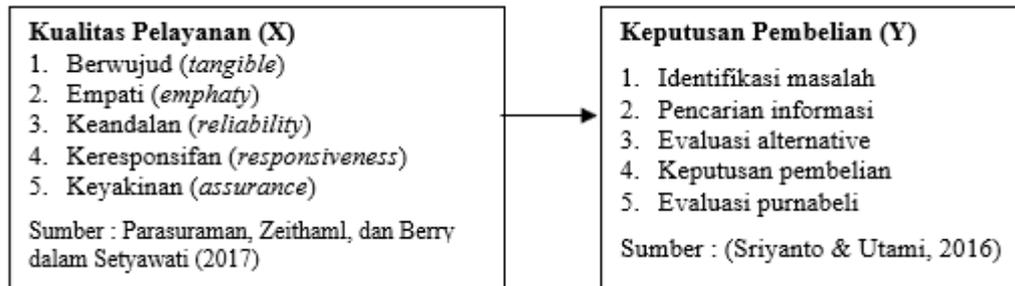
No	Bulan	Occupancy (%)
1	Oktober	61.88%
2	November	76.35%
3	Desember	51.81%

Sumber: Manajemen Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman dan data diolah penulis, 2021

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa tingkat penghunian kamar Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman cenderung fluktuatif atau tidak stabil. Pada bulan Oktober tingkat penghunian kamar sebesar 61,88% dan pada bulan November sebesar 76,35%, terjadi kenaikan sebanyak +14,47% dari bulan sebelumnya. Namun, pada bulan Desember tingkat penghunian kamar hanya sebesar 51,81% artinya terjadi penurunan sebanyak -10,07% dibandingkan dengan bulan November, tentu hal tersebut dirasa janggal dikarenakan pada bulan desember adalah bulan yang biasanya *High Season* Liburan Akhir Tahun. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut, untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman, untuk mengetahui bagaimana keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman.

Kerangka Berfikir

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah hubungan antara faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap tamu. Model atau kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Kerangka Berfikir, berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Berfikir
Sumber: Penulis, 2021

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menurut Sugiyono, adalah "cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah" (Nana dan Elin, 2018). Sedangkan Arikunto menyatakan bahwa, "metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya" (Abdillah, 2020). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan suatu cara untuk mendapatkan data secara ilmiah untuk kepentingan penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan" (Nugroho et al., 2019).

Pendekatan deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia (Firnando, 2020). Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran sesuai dengan fakta-fakta yang terjadi di lapangan mengenai kualitas pelayanan. Kemudian fakta-fakta tersebut disajikan dan diuraikan secara jelas dan apa adanya tanpa ada manipulasi.

Menurut Narimawati, metode Verifikatif ialah "Penguujian hipotesis penelitian melalui alat analisis statistik" (Komarudin, 2019). Sedangkan menurut Mashuri, pengertian metode verifikatif yaitu "Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan" (Lasmaya dan Fitriani, 2017). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, pendekatan verifikatif dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman.

Pada penelitian ini, penulis mengambil jumlah sampel berdasarkan pada data yang diberikan pihak manajemen hotel yaitu rata-rata jumlah konsumen Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman dalam tiga bulan terakhir periode Oktober, November, dan Desember di tahun 2020 adalah 3.497 orang, sehingga populasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini sama dengan jumlah konsumen dan kemudian ditarik sampel. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin (Amalia, 2021), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

- N = jumlah anggota sampel
- N = jumlah anggota populasi
- e = nilai kritis atau batas ketelitian (catatan: pada umumnya 10%)
- n = $34973497(0.1)^2+1$
- n = $3497(3497 \times 0.01)+1$
- n = $349734.97+1$
- n = 349735.97
- n = 97.21

Berdasarkan hasil dari rumus diatas, diketahui bahwa jumlah sampel yaitu sebanyak 97,21 yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden dengan taraf kesalahan 10%. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis dengan menggunakan regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji t (uji parsial).

3. HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel X dan Y dengan menggunakan SPSS 25 terhadap 100 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari 0,361 nilai r-tabel). Sehingga semua item pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini (valid).

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas semua variable, diperoleh nilai-nilai Cronbach Alpha dari variabel independen dan variabel dependen penelitian ini menunjukkan lebih besar dari nilai 0,60. Artinya baik kuesioner variabel kualitas pelayanan maupun kuesioner variabel keputusan menginap dapat digunakan untuk pengambilan data selanjutnya. Perhitungan validitas dan reliabilitas pernyataan dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Setelah instrumen dikatakan valid dan reliabel, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Deskriptif

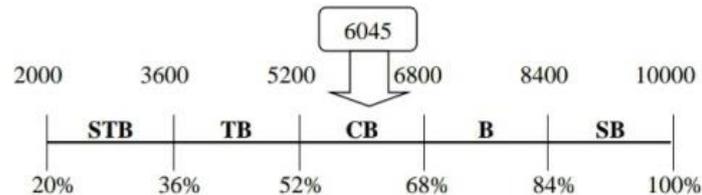
Variabel Kualitas Pelayanan

Pada variabel Kualitas Pelayanan dengan jumlah pernyataan sebanyak 20 item dan jumlah responden sebanyak 100 responden, diperoleh skor total sebesar 6045 dengan tingkat persentase yaitu 60,45%. Maka, interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

Interval skor kategori =

$$(100 - 20) \div 5 = 8000 \div 5 = 1600$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 1600. Dari interval yang sudah dihitung tersebut, dapat diketahui kategorisasi variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Interval Variabel Kualitas Pelayanan
Sumber: Hasil Literatur 2021

Berdasarkan interval skor di Gambar 2. Interval Variabel Kualitas Pelayanan, skor total variabel kualitas pelayanan sebesar 6045 atau sebanyak 60,45%. Sehingga berada pada interval 5200-6800 atau di antara 52% - 68% dan termasuk ke dalam kategori "Cukup Baik". Artinya, kualitas pelayanan di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman ditanggapi "Cukup Baik" oleh sebagian besar responden.

Variabel Keputusan Menginap

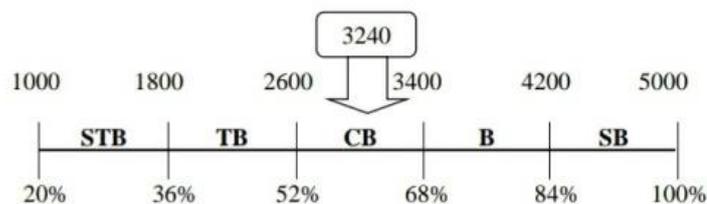
Pada variabel Kualitas Pelayanan dengan jumlah pernyataan sebanyak 10 item dan jumlah responden sebanyak

100 responden, diperoleh skor total sebesar 3240 dengan persentase sebesar 64,8%. Maka, interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

Interval skor kategori =

$$(100 - 20) \div 5 = 4000 \div 5 = 800$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 800. Dari interval yang sudah dihitung tersebut, dapat diketahui kategorisasi variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Interval Keputusan Menginap
Sumber: Hasil Literatur 2021

Berdasarkan interval skor di Gambar 3. Interval Keputusan Menginap, skor total variabel keputusan menginap sebesar 3240 atau sebanyak 64,8%. Sehingga berada pada interval 2600-3400 atau di antara 52% - 68% dan termasuk ke dalam kategori "Cukup Baik". Artinya, keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman ditanggapi "Cukup Baik" oleh sebagian besar responden.

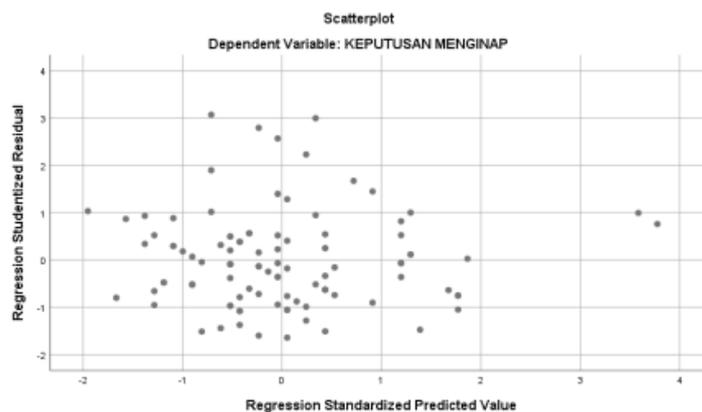
Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.41820045
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.060
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

Sumber: Output Olah Data Statistik (2021)

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas menunjukkan hasil uji normalitas. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig. yaitu 0,062 > (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Output Olah Data Statistik, 2021

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas, menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa model bersifat homoskedastik, yaitu tidak ada titik yang membentuk pola-pola tertentu secara teratur, melainkan menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini. Artinya, peningkatan nilai variabel dependen pada sumbu X diikuti oleh peningkatan nilai residual.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1605.275	1	1605.275	136.002	.000 ^b
	Residual	1156.725	98	11.803		
	Total	2762.000	99			

Sumber: Output Olah Data Statistik (2021)

Dari Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana, tersebut dapat diketahui bahwa nilai F-hitung = 136.002 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel keputusan menginap (Y).

Uji Hipotesis

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.577	3.43560

Sumber: Output Olah Data Statistik (2021)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,762. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,581. Adapun proses perhitungannya yaitu dengan menggunakan rumus korelasi determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Merupakan seberapa jauh perubahan variabel (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel (X)

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

KD = $r^2 \times 100\%$

KD = $0,7622 \times 100\%$

KD = $0,580 \times 100\%$

KD = 58,1%

Dari hasil perhitungan tersebut artinya bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel keputusan menginap (Y) sebesar 58,1%, sedangkan 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.168	2.021		4.535	.000
Kualitas Pelayanan	.384	.033	.762	11.662	.000

Sumber: Output Olah Data Statistik (2021)

Berdasarkan uji t pada Tabel 5. diperoleh hasil bahwa nilai t-hitung sebesar 11.662 yang berarti lebih besar dari 1.987 (t-tabel) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap secara parsial,

Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai sebesar 6045 dengan tingkat persentase yaitu sebesar 60,45% yang berada pada garis interval antara 5200-6800 dan dikategorikan "cukup baik". Artinya secara garis besar responden pada

penelitian ini memberikan tanggapan bahwa kualitas pelayanan di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman cukup baik. Sehingga dengan begitu, kualitas pelayanan di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman perlu ditingkatkan lagi agar dapat menjadi baik dan bahkan sangat baik, sehingga tujuan manajemen hotel dapat tercapai sesuai dengan harapan. Hasil analisis deskriptif pada perhitungan skor setiap dimensi pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa dimensi keandalan (reliability) mendapatkan jumlah skor paling rendah dari pada dimensi lainnya yaitu sebesar 1097.

Keandalan (reliability) meliputi kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya sebagai ukuran indikator. Ukuran indikator tersebut juga meliputi beberapa pernyataan diantaranya (1) Karyawan berusaha membantu konsumen ketika konsumen membutuhkan bantuan. (2) Tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen. (3) Keluasan waktu karyawan untuk memastikan konsumen dalam keadaan nyaman. (4) Pelayanan yang diberikan sesuai terhadap keluhan yang didapat. Hasil penjumlahan dari dari masing-masing pernyataan menunjukkan bahwa pernyataan nomor 2 (dua) mendapatkan nilai skor terendah dari keempat pernyataan tersebut, yaitu hanya sebesar 253.

Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel keputusan menginap mendapatkan nilai skor sebesar 3240 dengan tingkat persentase sebesar 64,8% yang berada pada garis interval antara 2600-3400 dan dikategorikan cukup baik. Dari kelima dimensi keputusan menginap, dimensi evaluasi purnabeli mendapatkan jumlah skor paling rendah dari pada dimensi lainnya yaitu hanya sebesar 588. Dimensi evaluasi purnabeli meliputi tingkat dorongan pembelian ulang yang menjadi ukuran indikator. Indikator tersebut meliputi beberapa pernyataan diantaranya (1) Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman. (2) Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman, dan orang lain tentang keunggulan Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman. Artinya kepuasan tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman perlu ditingkatkan lagi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan analisis koefisien determinasi, bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 58,1% terhadap keputusan menginap. Dari hasil output uji t (uji parsial) pada tabel coefficientsa menunjukkan nilai t sebesar 11.662 > 1.987 (t-tabel) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap secara parsial sebesar 58,1.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman, dapat disimpulkan sebagai berikut, berdasarkan hasil analisis deskriptif pada nilai interval menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman mendapatkan nilai "cukup baik". Artinya kualitas pelayanan yang diberikan perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar dapat menjadi lebih baik dan bahkan sangat baik. Hasil penelitian analisis deskriptif pada nilai interval menunjukkan bahwa variabel keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman mendapatkan nilai "cukup baik". Dengan begitu, keputusan menginap perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar dapat mendapatkan hasil yang lebih baik dan bahkan sangat baik.

Berdasarkan hasil output pada uji regresi linear sederhana dan uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan menginap tamu di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman.

Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut, hasil analisis deskriptif pada perhitungan skor dari kelima dimensi variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa dimensi keandalan (reliability) mendapatkan jumlah skor paling rendah dari pada dimensi lainnya. Untuk itu penulis menyarankan kepada pihak hotel agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada dimensi keandalan (reliability) dengan cara memberikan pembekalan pelatihan service excellent kepada karyawan, meningkatkan rasa kepedulian karyawan terhadap tamu, memberikan pelayanan yang baik, tepat waktu, dan pastikan setiap kebutuhan tamu terpenuhi sesuai dengan yang dijanjikan.

Hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan menginap, dimensi evaluasi purna beli mendapatkan jumlah skor yang paling rendah dari keempat dimensi lainnya. Tahap evaluasi purna beli merupakan tahapan akhir yang dilakukan konsumen setelah konsumen selesai menginap. Dalam tahap evaluasi purna beli, konsumen biasanya mengalami disonansi kognitif, kondisi psikis di mana konsumen mengalami keraguan menyangkut ketetapan keputusan menginap (Iqbal, 2020). Untuk itu, penulis menyarankan kepada pihak manajemen hotel, untuk dapat meningkatkan keputusan menginap tamu, pihak manajemen hotel perlu meminimumkan kondisi disonansi kognitif yang dialami oleh konsumen, dengan cara melakukan beberapa tindakan strategi seperti meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, melakukan kontak purna beli dengan konsumen, memberikan penawaran harga yang menarik, menyediakan garansi dan jaminan, dan memperkuat keputusan konsumen melalui iklan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap tamu. Oleh sebab itu, penulis menyarankan kepada pihak manajemen Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman untuk terus dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang prima kepada setiap tamu, sehingga tamu dapat merasa puas atas setiap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak hotel. Dengan begitu, tamu tidak akan merasa ragu untuk dapat menginap atau menginap kembali di Hotel Mercure Bandung Nexa Supratman. Untuk selanjutnya, diharapkan pihak hotel dapat mempertimbangkan saran dalam penelitian ini agar tingkat penghunian kamar tidak cenderung fluktuatif dan bahkan dapat terus meningkat sesuai dengan harapan manajemen hotel. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel-variabel yang akan diteliti. Karena dengan menambahkan lebih banyak variabel dalam penelitian, tidak menutup kemungkinan bahwa hasil penelitian tersebut akan mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dari pada penelitian sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

-

5. REFERENSI

- Abdillah, I. A. (2020). *Analisis Struktur dan Nilai-Nilai Pendidikan Film Ada Surga di Rumahmu Karya Aditya Gumay*.
- Amalia, K. (2021). *Kajian Kebutuhan Fasilitas Wisata di Kawasan Situ Canguang Kabupaten Garut*.
- Firmando, D. (2020). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Saburai. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(3), 502–512.
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Bintang Lima Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPro)*, 1(2), 145–162.
- Komarudin, M. N. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Bank (Studi Kasus pada Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i1.1858>

- Nana, D., & Elin, H. (2018). Memilih Metode Penelitian yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 288. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>
- Nugroho, R. D., Wiyono, M. W., & Taufiq, M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan 2018). *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(4), 118–131.
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System & Agribusiness*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>