PENGARUH KINERJA LAYANAN, HARGA KOMPETITIF DAN DAYA TARIK LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL KINI PONTIANAK

Angelina Wati
email: angeliangeli721@gmail.com
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Bentuk penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kausalitas. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan observasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel 118 responden. Teknik analisis dengan menggunakan skala rating dan untuk memproses data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 22. Berdasarkan pengujian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji F dan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja layanan dan daya tarik lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Sedangkan variabel harga kompetitif menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di pontianak. Adapun saran-saran yang ingin peneliti berikan yaitu kinerja layanan yang diterapkan Hotel Kini perlu ditingkatkan, kemudian penetapan harga yang kompetitif dengan memberikan potongan-potongan harga yang menarik pada event-event tertentu dan pihak hotel perlu memperluas lagi lapangan tempat parkir.

KATA KUNCI: Kinerja Layanan, Harga Kompetitif, Daya Tarik Lokasi, Keputusan Menginap

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetasi dalam menjaring konsumen lokal. Perusahaan yang ingin tetap bertahan dan tetap dapat diterima oleh masyarakat harus mempunyai keunggulannya masing-masing yang akan menjadikan nilai plus bagi perusahaan tersebut dimata perusahaan lain. Perusahaan juga harus cermat dan tanggap dalam mengamati kubutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut, dan salah satu keinginan masyrakat itu adalah hotel. Industri perhotelan adalah salah satu industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang di jual berserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang di jual. Sedangkan layanan yang di jual adalah

keramahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Berdasarkan sumber data dapat diketahui bahwa tingkat hunian kamar pada tahun 2015 terjadi peningkatan dibandingkan dengan tahun 2014 sebesar 12,93% dan pada tahun 2016 terjadi peningkatan sebesar 12,97 %. Namun pada tahun 2017 terjadi penurunan tingkat huniaan kamar sebesar (11,95%) dan kemudian di tahun 2018 terjadi peningkatan kembali sebesar 6,15% dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam bisnis jasa, kualitas pelayan yang di cerminkan kinerja layanan dan penepatan harga jual merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, harga jual yang di tetapkan harus sebanding dengan kinerja yang diberikan, jika tidak maka nilai jasa yang ditawarkan akan rendah karena hal ini akan menentukan kesuksesaan pengelolaan sebuah hotel. (Heng dan Afifah, 2020)

KAJIAN TEORI

Kinerja Layanan

Ketetapan startegi pemasaran jasa dari suatu perushaan ditentukan oleh kualitas jasa yang ditawarkan dan diukur oleh kinerja layanan atau service performance. Serta, kualitas pelayanan menceriminkan perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan perushaan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Diwujudkan dalam memenuhi harapan konsumen, serta pemberia pelayanan tersebut menampilkan performannya dalam berkinerja (Adam, 2018: 11; Tjiptono, 2017: 90). Dimensi yang digunakan dalam mengukur kinerja layanan yaitu: kemampuan melayani, kinerja karyawan, kemampuan memberikan empati, daya tanggap dan kinerja fasilitas perusahaan. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Basrah Saidani dan Samsul Arifin: 2012) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli,kemudian pada penelitian yang di lakukan oleh (Mohamad Yusuf Dana Mukti; 2015) mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Amrullah,Pamasang S; 2016) mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_1: Terdapat berpengaruh positif dan signifikan kinerja layanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak.

Harga Kompetitif

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna mmenuhi kebutuhan dan

keinginannya (Rusydi Abubakar 2018:40). Harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpontensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu (Tjiptono 2014: 193). Harga yang kompetitif adalah dimana harga tersebut dipandang layak oleh calon konsumen karena sesuai dengan manfaat produk dan terjangkau,serta diharapkan mampu bersaing dengan harga produk dari perushaan lain (Laylani Lenggogeni 2016:2). Terdapat tiga indikator harga kompetitif, yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk, perbandingan harga dan mahal murahnya harga suatu produk. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Farid Meraz dan Imroatul,2015) mengatakan bahwa harga kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli,kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Laylani Lengogeni dan Augusty, 2016) mengatakan bahwa harga kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, selanjutnya pada penelitian oleh (Andriana Lantika dan Augusty, 2016) mengatakan bahwa harga kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu,maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_2: Terdapat berpengaruh positif dan signifikan harga kompetitif terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak.

Daya Tarik Lokasi

Penentuan lokasi yang tepat akan menjadi kunci kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung atau bahkan berbelanja. Lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana operasi staffnya akan ditempatkan (Ririn dan Mastuti,2011: 55). Perusahaan harus mempertimbangkan dimana para pesaing-pesaingnya berada. Hal-hal seperti kemungkinan terlihat, tempat pakir, jalan masuk dan keluar, kemudahaan akses, serta keselamatan dan keamanan lokasi merupakan faktor lain memberikan kontribusi keberhasilan pemilihan lokasi. Ghanimata dan kamal (2012: 3) mengemukakan pemilihan lokasi usahayang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang. Ada enam indikator, keenam indikator tersebut meliputi: akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat pakir, ekspansi dan lingkungan. Dalam jurnal yang di tulis oleh (Hendra Fure, 2013) mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Jefri, Agus dan Sjendry, 2014) mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

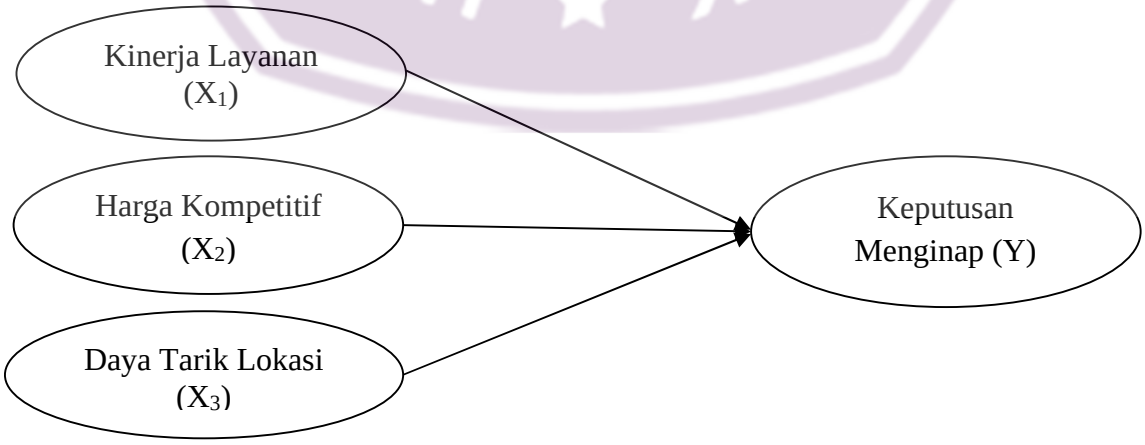
keputusan pembelian, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Sarah dan Maria, 2015) mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu,maka penulis membuat hipotesis berikut:

H_3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak

Keputusan Menginap

Tahap konsumsi berada pada tahap proses keputusan konsumen, disinilah seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak. Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian (Rusydi Abubakar, 2018: 100). Hasil evaluasi berupa keputusan tentang produk mana yang akan dibeli, dimana membelinya, kapan membelinya, dan berapa banyak produk tersebut akan dibeli, serta bagaimana produk tersebut dapat dibeli (Suparyanto dan Rosad, 2015: 63). Repurchase intention merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek. Ketika seseorang konsumen memperoleh respon positif atas tindakan, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian secara berulang (Suryana, 2013: 194). Ada 4 indikator keputusan menginap yaitu *Kemantapan pada suatu produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, Melakukan pembelian ulang* (Ratna Dwi Jayanti, 2017: 37). Berdasarkan kajian teori di atas kerangka berpikir dari pengaruh variabel kinerja layanan (X_1), variabel harga kompetitif (X_2), dan variabel daya tarik lokasi (X_3) terhadap variabel keputusan menginap (Y) dapat dilihat Gambar 1:

GAMBAR 1
KERANGKA BERPIKIR



Sumber:Data olahan, 2020

Gambar 1 merupakan model penelitian yang menggunakan variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi pada Hotel Kini di Pontianak yang mempengaruhi keputusan menginap. Penulis tertarik menggunakan variabel bebas dikarenakan penulis telah membaca beberapa literatur mengenai variabel bebas yang menyatakan bahwa semua variabel bebas bepengaruh terhadap variabel terikat yang digunakan oleh penulis.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Kini di Pontianak yang memakai fasilitas dan jasa hotel tersebut yang jumlah pengujungnya belum terdekteksi dan sampel sebanyak 118 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. Bentuk penelitian yang digunakan adalah kausalitas yang berarti peneliti ingin menguji hubungan antara kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala *rating* sebanyak sepuluh tingkatan dan untuk memproses data pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 22.

PEMBAHASAN

Peneliti menyebarkan 118 lembar kuesioner kepada pengunjung Hotel Kini di Pontianak yang memakai fasilitas dan jasa hotel tersebut dan adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Berikut hasil indeks jawaban responden mengenai variabel kinerja layanan pada pernyataan pertama menunjukkan indeks sebesar 81,28 persen responden setuju bahwa Hotel Kini memberikan pelayanan yang baik. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 80,08 persen responden setuju bahwa Hotel Kini memberikan harga terjangkau dan sebanding dengan nilai yang telah dibayarkan. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 79,52 persen responden setuju bahwa lokasi jalur lalu lintas Hotel Kini terletak didaerah yang startegis. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 62,63 persen responden setuju bahwa bahwa Hotel Kini menjadi pilihan utama ketika konsumen mencari sebuah penginapan dari segi pelayanan yang diberikan dengan harga terjangkau dan pihak Hotel selalu mengutamakan pelanggannya, agar konsumen merasa

dilayani dengan penuh perhatian. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban yang tertinggi dari item variabel kinerja layanan yaitu item pertanyaan nomor satu yaitu sebesar 85,33 persen responden setuju bahwa responden tidak mengalami kesulitan saat proses saat check-in dan check-out di Hotel Kini Pontianak. Pada pernyataan kedua menunjukkan nilai indeks sebesar 82,20 persen responden setuju bahwa karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat. Pada pernyataan ketiga menunjukkan nilai indeks sebesar 80,93 persen responden setuju karyawan di Hotel Kini Pontianak dapat menciptakan suasana komunikasi yang baik dan nyaman. Pada pernyataan keempat menunjukkan nilai indeks sebesar 80,25 persen responden setuju bahwa karyawan di Hotel Kini Pontianak selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan yang dialami pelanggan. Pada pernyataan kelima menunjukkan indeks sebesar 77,71 persen responden setuju bahwa ruang tunggu di Hotel Kini Pontianak yang disediakan hotel sangat luas dan nyaman. Berdasarkan pada hasil nilai indeks jawaban variabel kinerja layanan responden memberikan nilai tertinggi sebesar 85,33 persen. Hal inimenunjukkan bahwa tinggi persepsi pengunjung hotel mengenai ketidaksulitan saat proses saat check-in dan check-out di Hotel Kini Pontianak.

Kemudian hasil indeks jawaban responden mengenai variabel harga kompetitif pada pernyataan pertama menunjukkan indeks sebesar 80,42 persen responden setuju bahwa harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan Hotel Kini di Pontianak. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 80,34 persen responden setuju bahwa Hotel Kini di Pontianak menawarkan harga kamar yang bersaing dibandingkan hotel lain. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 78,90 persen responden setuju bahwa harga kamar Hotel Kini di Pontianak sesuai dengan kemampuan daya beli. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 79,49 persen responden setuju bahwa biaya yang dikeluarkan seimbang dengan kualitas yg diberikan Hotel Kini di Pontianak. Pada pernyataan kelima menunjukkan indeks sebesar 81,27 persen responden setuju bahwa harga yang ditetapkan Hotel Kini di Pontianak bervariasi sesuai tipe kamar. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban variabel harga kompetitif responden memberikan nilai tertinggi sebesar 81,27 persen. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi persepsi pengunjung hotel mengenai harga yang ditetapkan Hotel Kini di Pontianak bervariasi sesuai tipe kamar.

Selanjutnya hasil indeks jawaban responden mengenai variabel daya tarik lokasi pada pernyataan pertama menunjukkan indeks sebesar 81,01 persen responden setuju bahwa jalur lalu lintas menuju Hotel Kini di Pontianak sangat memudahkan pengunjung untuk datang. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 81,78 persen responden setuju bahwa Hotel Kini di Pontianak terletak di daerah yang mudah untuk dijangkau. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 79,32 persen responden setuju bahwa lingkungan sekitar Hotel Kini di Pontianak mendukung konsumen untuk menginap. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 76,78 persen responden setuju bahwa tempat pakir Hotel Kini di Pontianak cukup luas. Pada pernyataan kelima menunjukkan indeks sebesar 78,72 persen responden setuju bahwa Hotel Kini di Pontianak dapat melakukan perluasan usaha yang memadai. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban variabel daya tarik lokasi responden memberikan nilai tertinggi sebesar 81,78 persen. Hal ini menunjukkan tinggi persepsi mengenai Hotel Kini di Pontianak terletak di daerah yang mudah untuk dijangkau.

Hasil indeks jawaban responden mengenai variabel keputusan menginap pada pernyataan pertama menunjukkan indeks sebesar 76,27 persen responden setuju bahwa Hotel Kini di Pontianak menjadi pilihan utama ketika saya sedang mencari sebuah tempat penginapan. Pada pernyataan kedua menunjukkan indeks sebesar 78,22 persen responden setuju bahwa senantiasa merekomendasikan Hotel Kini di Pontianak kepada teman atau kerabat. Pada pernyataan ketiga menunjukkan indeks sebesar 77,88 persen responden setuju bahwa akan mencoba promo baru yang ditawarkan oleh Hotel Kini di Pontianak. Pada pernyataan keempat menunjukkan indeks sebesar 80,76 persen responden setuju bahwa akan tetap bersedia kembali untuk menginap di Hotel Kini di Pontianak karena mendapatkan kepuasan pelayanan. Berdasarkan hasil nilai indeks jawaban variabel keputusan menginap responden memberikan nilai tertinggi sebesar 80,76 persen. Hal ini menunjukkan tinggi persepsi mengenai akan tetap bersedia kembali untuk menginap di Hotel Kini di Pontianak karena mendapatkan kepuasan pelayanan. Peneliti menyajikan tabel mengenai hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program olahan data statistik yaitu SPSS 22 yaitu sebagai berikut:

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Uji Validitas			**Uji Reliabilitas**
Kinerja Layanan			Kinerja Layanan
$X_{1.1}$ = 0,524; $X_{1.2}$ = 0,753; $X_{1.3}$ = 0,662; $X_{1.4}$ = 0,700; $X_{1.5}$ = 0,533			$X_{1.1}$ = 0,524; $X_{1.2}$ = 0,753; $X_{1.3}$ = 0,662; $X_{1.4}$ = 0,700; $X_{1.5}$ = 0,533
Harga Kompetitif			Harga Kompetitif
$X_{2.1}$ = 0,673; $X_{2.2}$ = 0,741; $X_{2.3}$ = 0,764; $X_{2.4}$ = 0,718; $X_{2.5}$ = 0,733			$X_{2.1}$ = 0,673; $X_{2.2}$ = 0,741; $X_{2.3}$ = 0,764; $X_{2.4}$ = 0,718; $X_{2.5}$ = 0,733
Daya Tarik Lokasi			Daya Tarik Lokasi
$X_{3.1}$ = 0,727; $X_{3.2}$ = 0,660; $X_{3.3}$ = 0,766; $X_{3.4}$ = 0,625; $X_{3.5}$ = 0,657			$X_{3.1}$ = 0,727; $X_{3.2}$ = 0,660; $X_{3.3}$ = 0,766; $X_{3.4}$ = 0,625; $X_{3.5}$ = 0,657
Keputusan Menginap			Keputusan Menginap
$Y_{1.1}$ = 0,763; $Y_{1.2}$ = 0,738; $Y_{1.3}$ = 0,749; $Y_{1.4}$ = 0,782			$Y_{1.1}$ = 0,763; $Y_{1.2}$ = 0,738; $Y_{1.3}$ = 0,749; $Y_{1.4}$ = 0,782
Kesimpulan: Valid			**Kesimpulan:** Reliabel
Keterangan	**Hasil Uji**	**Cut Off**	**Kesimpulan**
Uji Normalitas	0,200	> 0,05	Data normal karena nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05.
Uji Autokorelasi	DW: 2,165	2,165	Tidak terjadi masalah autokorelasi karena nilai DU sebesar 1,7250; nilai DW sebesar 2,165 dan nilai 4-DU sebesar 2,2480.
Uji Heteroskedastisitas	X_1: 0,385 X_2: 0,956 X_3: 0,217	> 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena pada nilai X_1 sebesar 0,385 > 0,05; X_2 sebesar 0,956 > 0,05 dan X_1 sebesar 0,217 > 0,05.
Uji Multikolinearitas	Tolerance X_1: 0,650 X_2: 0,596 X_3: 0,649	Tolerance : > 0,1	Tidak terjadi masalah multikolinearitas karena nilai *Tolerance* pada X_1, X_2 dan X_3 > 0,1. Sedangkan *VIF* pada X_1, X_2 dan X_3 < 10.
	VIF X_1: 1,539 X_2: 1,679 X_3: 1,540	VIF: <10	
Uji Korelasi	X_1: 0,000 X_2: 0,055 X_3: 0,000	< 0,05	X_1 dan X_3 memiliki pengaruh terhadap Y karena nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Sedangkan X_2 tidak memiliki pengaruh terhadap Y karena nilai signifikansi sebesar 0,055 yang lebih besar dari nilai alpha 0,05.
Uji Koefisien Determinasi	0,482	100	Data normal karena X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh sebesar 48,20 persen terhadap Y dan sisanya sebesar 51,80 persen dipengaruhi oleh variabel lain.
Uji F (Anova)	0,000	< 0,05	Data normal karena nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05.

Sumber data : Data Olahan, 2020

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 1 dapat diketahui hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh hasil perhitungan setiap butir pernyataan variabel kinerja layanan, harga

kompetitif, daya tarik lokasi dan keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,1809 sehingga data tersebut dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel kinerja layanan, harga kompetitif, daya tarik lokasi dan keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak mempunyai *Cronbach Alpha* yang baik karena lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan konsep pengukuran pernyataan pada tiap variabel dari kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur. Hasil uji normalitas diketahui bahwa N sebanyak 118 dan nilai signifikansi (Asymp.Sig. 2-tailed) yang diperoleh dari uji *Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi yang dihasilkan > 0,05 maka dapat dikatakan nilai residual telah berdistribusi normal yang artinya menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi normal pada penelitian Hotel Kini di Pontianak. Hasil uji autokorelasi dapat disimpulkan tidak terjadi masalah autokorelasi karena nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,165 (1,7250 < 2,165 < 2,2480). Hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena pada nilai X_1 sebesar 0,385; X_2 sebesar 0,956 dan X_3 sebesar 0,217 maka hasil ketiganya lebih > 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *Tolerance* variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi > 0,1. Sedangkan nilai *VIF* pada variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi tersebut. Nilai korelasi variabel kinerja layanan terhadap keputusan menginap yaitu sebesar 0,271; harga kompetitif terhadap keputusan menginap yaitu sebesar 0,121 dan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap yaitu sebesar 0,239 sehingga dikelompokkan memiliki korelasi kuat dan memiliki hubungan yang signifikansi yaitu sebesar 0,000 < 0,05 untuk variabel kinerja layanan dan daya tarik lokasi. Sedangkan untuk variabel harga kompetitif memiliki korelasi lemah dan memiliki hubungan yang tidak signifikan yaitu sebesar 0,055 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi untuk kedua variabel bebas yang terdiri dari kinerja layanan dan daya tarik lokasi produk memiliki nilai positif. Nilai koefisien determinasi yang didapat pada penelitian adalah 0,482. Hal ini menunjukkan variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi berpengaruh sebesar 48,20 persen terhadap variabel keputusan menginap dan sisanya sebesar 51,80 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji ANOVA diperoleh F_{hitung} yaitu sebesar 35,386 yang membuktikan bahwa

F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar 2,68 maka adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kinerja layanan, harga kompetitif dan daya tarik lokasi terhadap variabel keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak dan nilai signifikansi pada pengujian ini sebesar 0,000 < 0,05. Berdasarkan nilai F dan nilai signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa suatu model regresi lolos pengujian model maka layak untuk diuji. Peneliti menyajikan tabel mengenai hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program olahan data statistik yaitu SPSS 22 sebagai berikut:

TABEL 2
HASIL UJI HIPOTESIS

Hipotesis	Uji T	Sig.	Kesimpulan
H_1: Terdapat berpengaruh positif dan signifikan kinerja layanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak	3,863	0,000	Kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap yang berarti semakin tinggi tingkat kinerja layanan maka semakin tinggi tingkat keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak.
H_2: Terdapat berpengaruh positif dan signifikan harga kompetitif terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak	1,938	0,055	Harga kompetitif tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap yang berarti semakin tinggi tingkat harga kompetitif maka semakin rendah tingkat keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak.
H_3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tarik lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak	4,100	0,000	Daya tarik lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap yang berarti semakin tinggi tingkat daya tarik lokasi maka semakin tinggi tingkat keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak.

Sumber data : Data Olahan, 2020

Berdasarkan hasil uji pada tabel 2 dapat diketahui hasil uji t pada kinerja layanan yaitu sebesar 3,863 > 1,657 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap sehingga H_1 dapat diterima.. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Yusuf Dana Mukti (2015) yang menunjukkan bahwa kinerja layanan berpengaruh terhadap keputusan menginap. Hasil uji t pada harga kompetitif yaitu sebesar 1,938 > 1,657 dengan tingkat signifikansi 0,055 yang lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa harga kompetitif tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap

sehingga H_2 ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laylani Lengogeni & Augusty (2016) yang menunjukkan bahwa harga kompetitif berpengaruh terhadap keputusan menginap. Hasil uji t pada daya tarik lokasi yaitu sebesar 4,100 > 1,657 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa daya tarik lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap sehingga H_2 dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarah dan Maria (2015) yang menunjukkan bahwa daya tarik lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap.

PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kinerja layanan dan daya tarik lokasi berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara kinerja layanan dan daya tarik lokasi berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Sedangkan variabel harga kompetitif tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Kini di Pontianak. Adapun beberapa saran yang ingin peneliti berikan yaitu kinerja layanan yang diterapkan Hotel Kini perlu ditingkatkan, kemudian penetapan harga yang kompetitif dengan memberikan potongan-potongan harga yang menarik pada event-event tertentu dan pihak hotel perlu memperluas lagi lapangan tempat parkir.

DAFTAR PUSTAKA

Amrullah, Pamasang S. Siburian dan Saida Zainurossalamia ZA. 2016. ”Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2).

Basrah, Saidani dan Samsul Arifin. 2012. ”Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (JRMSI), Vol. 3, No. 1.

Fandy, Tjiptono. 2016. *Layanan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Farid, Meraz Yuliardi dan Imroatul Khasanah. 2015. ”Analisis pengaruh harga kompetitif,fasilitas dan ketersediaan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen salon mobil autowax semarang.” *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 4, Nomor 4, Halaman1-8.

Ghanimata, Fifyanita dan kamal Mustafa. 2012. Analisis Pengaruh harga, Kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina Semrang). *Diponegoro Journal of management*, Volume 1, No 2, Hal. 3.

Hendra, Fure. 2013. ”Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca.” *Jurnal EMBA* 273, Vol.1, No.3, Hal. 273-283.

Jefry, F.T.Bailia, Agus Supandi Soegoto, dan Sjendry Serulo R.Loindong. 2014. ”Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota manado.” *Jurnal EMBA*, Vol.2, No.3, Hal. 1768-1780.

Lenggogeni, Layani dan Augusty T. Ferdiand. 2016. ”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian.” *Diponegoro Journal Of Management*, vol.5, no.3, Pp.1-12.

Mohamad, Yusuf Dana Mukti. 2015. ”Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus padamebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar).” *Riset Mahasiswa Ekonomi* (RITMIK), Vol. 2, No. 1.

Rusydi, Abubakar. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Bandung: Alfabeta.

Sarah, Maryam Chandra dan Maria V.J. Tielung. 2015. ”Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan hotel baliem pilamo di wamena.” *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.3, Hal.959-970.

Suparyanto, Rosa. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Bogor: IN MEDIA.

Heng, L. dan Afifah, N. (2020). Entrepreneurial Orientation for Enhancement of Marketing Performance. International Review of Management and Marketing, 10(3), 46-53.