

# Pengaruh Bukti Fisik terhadap Citra Merek pada Hotel Amaroossa Grande Bekasi

Putri Maya Komalasari<sup>1,\*</sup>, Firdaus Suwarta<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Hospitaliti dan Pariwisata, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> putrimaya524@gmail.com <sup>2</sup> fsuwarta@gmail.com

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

### Keywords

Physical Evidence

Brand Image

## ABSTRACT

*Physical evidence is one of the important things that can improve customer impressions in using the services provided. Therefore, in running its business, the Amaroossa Grande Bekasi hotel must pay attention to the physical evidence of the hotel so that it is always in good condition, starting from the interior and furniture to the facilities available at the hotel. That way, the impression or perception of guests staying at the hotel will increase and will later create a brand image of the hotel. The purpose of this study is to find out whether physical evidence affects brand image at the Amaroossa Grande Bekasi Hotel, and the method used is a quantitative method with data collection techniques using questionnaires, observations, and literature studies. The number of samples in this study is 100 people who stayed at the Amaroossa Grande Bekasi Hotel. From the calculation of the coefficient of determination ( $R^2$ ), it is known that the effect of physical evidence on brand image is 42.6%. While the results of the t-test calculation obtained the value of  $t_{Count} > t_{Table}$ , namely  $8,526 > 1,984$  with a sig value of  $0,000 < 0,05$ , meaning that  $H_1$  is received and  $H_0$  is rejected. Therefore, it can be concluded that the physical evidence variable has an effect significantly to the brand image at Amaroossa Grande Bekasi Hotel.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia saat ini terbilang semakin pesat dan merupakan salah satu sektor yang membantu dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Hal tersebut menjadikan industri pariwisata salah satu sektor terpenting, sehingga setiap pelaku usaha bidang pariwisata saling berlomba-lomba dalam menarik wisatawan. Salah satunya adalah bidang usaha penyedia akomodasi yang merupakan sarana penunjang pariwisata bagi wisatawan.

Hotel merupakan bentuk akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa dan fasilitas seperti kamar, restoran, dan lainnya serta digunakan sebagai akomodasi sementara bagi wisatawan saat dalam perjalanan. Dalam memberikan pengalaman menginap yang baik kepada tamu, pihak hotel harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, mulai dari yang tidak berwujud (*intangibile*) hingga yang berwujud (*tangible*).

Selain pelayanan jasa, diperlukan bukti-bukti fisik yang mampu memberikan kesan yang lebih dalam menggunakan jasa tersebut. Bukti fisik dapat terlihat dari bangunan, perabotan interior, perlengkapan, pakaian karyawan, materi yang dicetak, keselarasan dari pengaturan pencahayaan dan warna. Sehingga tamu yang datang merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan, dan terciptalah citra yang baik karena pada dasarnya citra merek merupakan hasil pandangan seorang konsumen terhadap suatu merek tertentu yang dilandaskan persepsi yang baik dari suatu merek dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pihak konsumen.

Hotel Amaroosa Grande Bekasi merupakan salah satu hotel bintang 4 yang terus bergerak untuk meningkatkan citra hotel yang dimilikinya dengan berbagai sarana yang dapat menunjang tamu sewaktu menginap di hotel tersebut. Hotel ini sangat pas dinikmati oleh para *business traveler* dan keluarga, karena dari segi *leisure* hotel ini terbilang ramah dengan anak-anak. Pada tahun 2021, saat pandemi

Covid-19 masih cukup meresahkan, Hotel Amaroosa tetap kedatangan banyak pengunjung, meski jumlahnya masih fluktuatif setiap bulannya. Pada bulan Januari-Maret jumlah kunjungan terjadi peningkatan dari 3.190 menjadi 5.415, kemudian kembali turun pada bulan Juli dengan jumlah kunjungan sebesar 3.153. Lalu mengalami kenaikan secara berturut-turut pada Agustus-November dengan jumlah kunjungan tertinggi pada November sebesar 7.326 kunjungan.

Hotel Amaroosa Grande Bekasi memiliki ciri khas pada desain gedung dan interior yang unik, di mana interior pada hotel ini didominasi oleh warna hitam dan *gold* serta dipenuhi ornamen unik, seperti kaca, lampu, dan sofa, sehingga menambahkan kesan mewah pada setiap sudut hotel. Selain itu, hotel ini juga menawarkan pelayanan yang lebih personal dengan jaminan kepuasan dan pengalaman menginap terbaik bagi para tamu. Berdasarkan penilaian dari situs Tiket.com, Hotel Amaroosa Grande Bekasi memiliki penilaian bagus yaitu 4,1 dari skala terbesar 5. Akan tetapi masih ditemukan keluhan para tamu terkait hal-hal yang berhubungan dengan bukti fisik. Keluhan tersebut didapat dari *mingle* yang dilakukan kepada tamu yang menginap oleh departemen *front office*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Hotel Amaroosa Grande Bekasi, total tamu yang komplain terkait bukti fisik pada 2021 berjumlah 188, yang mana keluhan tersebut berhubungan dengan kebersihan *furniture* seperti karpet, sofa, *wallpaper* yang terlihat kusam dan berdebu, kebersihan di kamar kurang, tempat parkir kurang luas, hingga fasilitas lift terbatas. Hal tersebut mengakibatkan tamu yang menginap meninggalkan *review* kurang baik pada OTA Hotel Amaroosa Grande Bekasi. Oleh karena itu Hotel Amaroosa Grande Bekasi harus memperhatikan bukti fisik dengan melakukan pengecekan dan pergantian secara berkala agar dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek Hotel Amaroosa Grande Bekasi yang sudah ada.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh bukti fisik terhadap citra merek Hotel Amaroosa Grande, dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: tidak terdapat pengaruh antara bukti fisik dengan citra merek Hotel Amaroosa Grande Bekasi

H<sub>1</sub>: terdapat pengaruh antara bukti fisik dengan citra merek Hotel Amaroosa Grande Bekasi

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap citra merek Hotel Amaroosa Grande Bekasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak hotel untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan citranya di mata pengunjung, mengingat berdasarkan hasil penilaian di Tiket.com Hotel Amaroosa Grande Bekasi sudah mendapatkan penilaian yang bagus.

### **Bukti Fisik**

Menurut Lupiyoadi dalam Silaningsih et al. (2021), bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sedangkan menurut Daryanto dan Farid dalam Apriliani (2017) bukti fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibedakan, yang mempunyai peranan mempermudah dalam melancarkan suatu usaha. Bukti fisik juga disebut fasilitas materil, contohnya toilet, TV, AC, CCTV, tempat parkir, meja, peralatan komunikasi elektronik, dan lain sebagainya.

Selain itu, bukti fisik menurut Alma dalam Sari (2017) merupakan suatu hal yang secara andil mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan dan membeli produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalamnya antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan servis yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

Indikator bukti fisik menurut Zeithaml dan Bitner dalam Iffan et al.(2018) adalah sebagai berikut:

1. Tampilan luar (*Exterior Appearance*), meliputi desain gedung luar, papan nama luar, lahan parkir, warna atau cat, lingkungan sekitar atau lokasi, dan tampilan eksterior keseluruhan.
2. Tampilan dalam (*Interior Appearance*), meliputi perabotan, papan nama dalam, pencahayaan interior, tata ruang, pengaturan *frontline office*, kebersihan, suhu, kualitas udara, dan tampilan interior keseluruhan.

3. Wujud lain (*Other Tangibles*), meliputi situs web, pakaian pegawai, surat selebaran, jaringan, *display banners*, dan hadiah untuk pelanggan.

### Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller dalam Thendeano et al. (2020) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Menurut Zaithaml dan Bitner dalam Saputra (2017) citra diartikan sebagai kesan terhadap suatu produk atau merek dari suatu perusahaan yang disimpan dalam ingatan seseorang atau kelompok yang dihasilkan melalui pengalaman di masa yang lampau. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Amilia (2017) citra merek adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Menurut Rangkuti dalam Septayuda (2017) indikator-indikator citra merek adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan (*Recognition*), tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen, jika sebuah merek tidak dikenal maka produk dengan merek tersebut harus dijual dengan mengandalkan harga termurah seperti pengenalan logo, *tagline*, desain produk ataupun hal lainnya sebagai identitas dari merek tersebut.
2. Reputasi (*Reputation*), merupakan suatu tingkat reputasi atau status yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena memiliki *track record* yang baik, sebuah merek yang disukai konsumen akan lebih mudah dijual dan sebuah produk yang dipersepsikan memiliki kualitas yang tinggi akan mempunyai reputasi yang baik. Seperti persepsi dari konsumen dan kualitas produk.
3. Daya tarik (*Affinity*), merupakan *Emotional Relationship* yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya hal tersebut dapat dilihat dari harga, kepuasan konsumen dan tingkat asosiasi.
4. Kesetiaan (*Loyalty*), menyangkut seberapa besar kesetiaan konsumen dari suatu produk yang menggunakan merek yang bersangkutan.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang diperlukan dalam meneliti sampel atau populasi tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, yang kemudian tanggapan tersebut diolah menggunakan program IBM SPSS *Statistics 26*, yang mana bertujuan untuk meneliti hipotesis yang telah ditentukan.

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017) pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah Bukti Fisik dan variabel terikat (Y) adalah Citra Merek.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang diperoleh dari pengunjung hotel yang menginap pada bulan April-Mei 2021 di Hotel Amaroossa Grande Bekasi. Karakteristik responden meliputi usia dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

**Tabel 1** Usia Responden  
USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	20.0	20.0	20.0
	21-30	60	60.0	80.0
	31-40	19	19.0	99.0
	>40	1	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, (Juni, 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kelompok usia 21-30 tahun memperoleh jumlah terbanyak, yaitu berjumlah 60 orang atau sebesar 60%. Sehingga dapat disimpulkan tamu yang berkunjung ke hotel Amaroossa Grande Bekasi didominasi oleh tamu berusia 21-30 tahun.

**Tabel 2** Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	45	45.0	45.0	45.0
	WANITA	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, (Juni, 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin wanita memperoleh jumlah terbanyak, yaitu berjumlah 55 orang atau sebesar 55%. Sehingga dapat disimpulkan tamu yang berkunjung ke hotel Amaroossa Grande Bekasi didominasi oleh tamu berjenis kelamin wanita.

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas.

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 <sup>a</sup>	.426	.420	3.23233

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, (Juni, 2022)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,426 atau 42,6%, yang artinya variabel Bukti Fisik (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Citra Merek (Y) sebesar 42,6% dan sisanya sebesar 0,574 atau 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Pengujian regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 4.** Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.514	4.048		1.362	.176
Bukti Fisik	.852	.100	.653	8.526	.000

a. Dependent Variable: Citra Merek

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, (Juni, 2022)

Berdasarkan tabel hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 26 di atas, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,514 + 0,852X$$

Persamaan regresi di atas dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- Nilai constant sebesar 5,514, artinya apabila variabel Bukti Fisik (X) bernilai 0, maka variabel Citra Merek (Y) memiliki nilai sebesar 5,514.
- Koefisien regresi variabel Bukti Fisik (X) sebesar 0,852 artinya setiap kenaikan 1% nilai Bukti Fisik, maka nilai Citra Merek akan naik sebesar 0,852 dan nilai tersebut menunjukkan hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diartikan apabila tidak terdapat perubahan pada bukti fisik seperti perbaikan interior maupun *furniture*, maka nilai citra merek sebesar 5,514. Jika terdapat perbaikan ataupun pembaruan pada bukti fisik, maka setiap 1% perubahan tersebut akan meningkatkan nilai citra merek sebesar 0,852 atau 85,2%.

### Uji t (Uji Parsial)

Pengujian Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial atau keseluruhan.

**Tabel 5.** Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.514	4.048		1.362	.176
Bukti Fisik	.852	.100	.653	8.526	.000

a. Dependent Variable: Citra Merek

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, (Juni, 2022)

Berdasarkan tabel perhitungan di atas maka didapatkan nilai  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ , yaitu  $8,526 > 1,984$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Fisik (X) berpengaruh terhadap variabel Citra Merek (Y). Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa  $H_1$  diterima, artinya variabel Bukti Fisik (X) berpengaruh terhadap variabel Citra Merek (Y) secara signifikan.

Dari hasil rekapitulasi rata-rata variabel Bukti Fisik, didapatkan nilai sebesar 4,03 yang artinya variabel Bukti Fisik berada dalam kategori setuju atau baik. Sedangkan variabel Citra Merek memperoleh rata-rata sebesar 3,99 yang artinya variabel Citra Merek juga berada dalam kategori setuju atau baik.

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) didapatkan nilai sebesar 0,426 atau 42,6% yang artinya variabel Bukti Fisik (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Citra Merek (Y) sebesar 42,6% dan sisanya sebesar 0,574 atau 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya, hasil perhitungan yang dilakukan dengan pengujian Uji t diperoleh nilai  $t_{Hitung}$  sebesar  $8,526 > t_{Tabel}$  1,984 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak, artinya variabel Bukti Fisik (X) berpengaruh terhadap variabel Citra Merek (Y) secara signifikan.

Hasil penelitian ini di dukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zulfa Khairina Batubara dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada RSUD Haji Abdul Manan Simatupang (RSU HAMS) Kisaran” (Jurnal Ilmiah “Dunia Ilmu” Vol.1 No.2, April 2015). Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek Rumah Sakit di RSUD HAMS.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Hotel Amaroossa Grande Bekasi sebagai objek penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil peneliti adalah sebagai berikut.

1. Diperoleh nilai signifikan uji t lebih kecil dari 0,05, yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis  $H_1$  **diterima** sedangkan  $H_0$  ditolak, artinya variabel Bukti Fisik berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Citra Merek
2. Diperoleh hasil sebesar 0,426 atau 42,6% melalui pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ), artinya variabel Bukti Fisik mempengaruhi variabel Citra Merek sebesar 42,6% sedangkan sisanya 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk memperluas area parkir agar tamu yang datang dengan kendaraan pribadi agar merasa nyaman.
2. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk lebih memperhatikan kebersihan lingkungan sekitar hotel agar dapat meningkatkan kenyamanan para tamu yang datang.
3. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk meningkatkan perawatan terhadap fasilitas yang ada dan memperbarui *furniture* yang sudah usang agar para tamu yang menginap merasa nyaman.
4. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan lebih memperhatikan tata ruang hotel supaya menambah kesan rapi bagi tamu yang menginap di hotel tersebut.
5. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk mengembangkan web hotel yang sudah ada supaya tampilan web lebih menarik lagi, lebih mudah untuk diakses para calon tamu hotel pada saat mencari informasi terkait hotel tersebut, dan melindungi *website* hotel karena saat ini web berada pada status *not secure* sehingga sangat mudah untuk *dihack*.
6. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk lebih sering melakukan pengecekan atau *maintenance* terhadap fasilitas-fasilitas yang ada di hotel.
7. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk lebih menjaga kebersihan serta memperhatikan pencahayaan dan warna yang digunakan di lingkungan hotel.
8. Hotel Amaroossa Grande Bekasi disarankan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan salah satunya terkait bukti fisik supaya kesan yang ditinggalkan ketika menginap di hotel Amaroossa Grande Bekasi baik.

## REFERENSI

### Buku:

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal:

Amalia, Neli Muna *et al.* 2020. *Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan BUMDES*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Apriliani, Ratna. 2017. *Pengaruh Dan Harga Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Peserta Didik (Studi Kasus Terhadap Peserta Didik Yang Kursus Di EPLC Bandung)*. Bandung: Universitas Pasundan.

Iffan, Muhammad *et al.* 2018. *Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Saputra, Leri Hardian. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru)*. Riau: Universitas Riau.



- Sari, Venny Kartika. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Bukti Fisik, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ke Dynasty Water World Gresik*. Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Septayuda, Irwan. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4X*. Palembang: Universitas Bina Darma.
- Silaningsih, Endang *et al.* 2021. *Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Layanan*. Bogor: Universitas Djuanda.
- Thendeano, Christina Ribka *et al.* 2020. *Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di Hotel Shangri-La Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.