

# Pengaruh Harga dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Menginap di Rail Transit Suite Gambir

Isnaeni Kusumadewi<sup>a,1,\*</sup>, Rustini<sup>b,2</sup>

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

1 isnaeni.dewi95@gmail.com \*; <sup>2</sup> ninysuharriansyah@gmail.com

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

### Article history

Received :

Revised :

Accepted :

### Keywords:

Price;

Physical Evidence;

Decision to Stay;

## ABSTRACT

*This research aimed to find out how much influence of price and physical evidence toward the decision to stay at the Gambir Rail Transit Suite. This research was motivated by some negative ulasan on the online travel agent Rail Transit Suite Gambir where guests who stayed there stated that the price of the stay was not commensurate with what they received and also complained about the physical evidence available. The method of this research was a quantitative method with data collection technique using questionnaires and observation. The population in this research was guests staying at the Rail Transit Suite Gambir. The number of samples successfully processed using the Slovin formula was 100 people who stayed at the Gambir Rail Transit Suite. The data analysis technique in this research used the validity test, classical assumption test, and multiple linear regression analysis with the t test and F test. Then the data was processed using the IBM SPSS 26 software program. The result of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of this research showed the independent variable influenced the decision to stay partially (attached variable), namely price had a positive influence of 73.1% with t hitung value of 6.522 > t table 1.988 with significance value of 0.000 < 0.05 and physical evidence had a positive influence of 73.2% with t hitung value 6.553 > t table 1.988 with significance value of 0.000 < 0.05. Simultaneously, price and physical evidence had a positive influence on the decision to stay with F t hitung value of 211.382 > F table 3.09 with significance value of 0.000 < 0.05 and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) for price and physical evidence was 81%, while the remaining 19% was influenced by other variables not included in this research.*

## PENDAHULUAN

Saat ini, masih banyak negara yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatannya, termasuk Indonesia. Dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) atau indeks daya saing pariwisata global yang diadakan 2 tahun sekali, Indonesia menempati peringkat ke-40 pada tahun 2019 dan peringkat ke-32 pada tahun 2021 dari 117 negara yang tercatat sebagai negara terbaik dalam pengembangan pariwisata (Kemenparekraf.go.id, 2022). Hal ini mengakibatkan para pelaku bisnis yang bergerak di bidang pariwisata, termasuk bidang usaha penyedia akomodasi yang merupakan sarana penunjang pariwisata menjadi bersaing ketat.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang akomodasi, hotel berfungsi sebagai penyedia jasa layanan yang memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen selama menginap. Banyaknya persaingan dalam jasa akomodasi ini ditandai dengan banyaknya hotel yang ada di Indonesia, mulai dari hotel nonbintang sampai hotel berbintang. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terdapat 3.521 hotel berbintang di Indonesia dan 11.785 unit termasuk kategori hotel melati atau nonbintang (dataindonesia.id, 2022).

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permen Parekraf) Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, definisi hotel bintang adalah hotel yang telah memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel bintang satu, dua, tiga, empat, dan lima. Sedangkan, hotel nonbintang (melati) adalah hotel yang tidak memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel sebagai bintang satu. Klasifikasi bintang pada hotel dinilai pada fasilitas dan pelayanan sebuah hotel (Kemdikbud.go.id, 2022)

Di bawah ini disajikan tabel yang berisi klasifikasi beberapa hotel nonbintang atau melati di Jakarta beserta harganya sebagai berikut:

**Tabel 1.** Daftar Hotel Nonbintang di Jakarta

Nama Hotel	Tipe Kamar	Harga Per malam
Rail Transit Suite Gambir	Single Room Doble Room Twin Room Executive Room	Rp. 560.000 Rp. 635.000 Rp. 650.000 Rp. 670.000
Hotel Istana Ratu	Standard Room Superior Deluxe	Rp. 255.000 Rp. 280.000 Rp. 325.000
N Hotel Harmoni	Standard double Standard Twin Superior Doble Superior Twin	Rp. 157.000 Rp. 157.500 Rp. 180.000 Rp. 180.000
Hotel Bunga Bunga	Standard Double Deluxe Twin Deluxe Double	Rp. 220.000 Rp. 265.000 Rp. 265.000
Hotel Fudicia Kaji	Deluxe Double	Rp. 152.999
Hotel Maxim	Superior Room Deluxe Room Deluxe Plus Room	Rp. 157.000 Rp. 189.000 Rp. 220.000
Aleander Hotel	Deluxe Twin Deluxe Doble	Rp. 257.000 Rp. 257.000

Sumber: Traveloka.com, 2023

Salah satu hotel nonbintang yang ada di Jakarta adalah *Rail Transit Suite* Gambir yang berdiri sejak tahun 2015. *Rail Transit Suite* Gambir adalah hotel yang didirikan oleh PT Kereta Api Pariwisata untuk meramaikan persaingan bisnis perhotelan. Hotel ini mempunyai keunikan tersendiri yaitu, dengan menawarkan beberapa pilihan paket kamar yang bisa disewa dalam hitungan jam saja dengan membayar tarif sesuai durasi penggunaan kamar.

*Rail Transit Suite* Gambir adalah satu-satunya hotel yang terletak di dalam stasiun. Bangunannya terdiri dari satu lantai dengan 23 kamar yang didesain minimalis dengan aksen kayubewarna coklat dan krem serta dihiasi dengan ornamen unik khas daerah dan terdapat lukisan kereta di dinding *lobby* hotel serta lorong hotel yang dibuat menyerupai seperti di dalam gerbong kereta sehingga menciptakan suasana unik dan nyaman.

**Tabel 2** Daftar Harga dan Fasilitas *Rail Transit Suite* Gambir

WALK IN RATE					
Jenis Kamar	Jumlah	4 Jam	8 Jam	12 Jam	1 Hari
Single	14 Kamar	Rp 295,000	Rp 380,000	Rp 485,000	Rp 560,000
Double	4 Kamar	Rp 365,000	Rp 455,000	Rp 555,000	Rp 635,000
Twin	4 Kamar	Rp 380,000	Rp 470,000	Rp 565,000	Rp 650,000
Executive	1 Kamar	Rp 385,000	Rp 480,000	Rp 575,000	Rp 670,000
<b>Fasilitas</b>					
<b>Wi-fi, TV Cable, AC, Water heater, Shower, Mineral water, Coffee and Tea, Breakfast (1 hari)</b>					

Sumber: Data Perusahaan yang diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan tabel di atas, *Rail Transit Suite* Gambir menawarkan pilihan waktu transit mulai dari

4, 8, 12 jam, dan *full day*. Harganya mulai dari Rp.295.000/4 jam dan Rp560.000/ malam yang dilengkapi dengan fasilitas yang lebih baik daripada hotel nonbintang lainnya. Perbandingan antara *Rail Transit Suite* Gambir dengan hotel nonbintang dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

**Tabel 3 Perbedaan Hotel Nonbintang dengan *Rail Transit Suite***

Kriteria	Hotel Nonbintang	<i>Rail Transit Suite</i> Gambir
Jumlah kamar minumum	Kurang dari 15 kamar	Total 23 kamar
Fasilitas AC	Tidak setiap kamar memiliki AC	Semua kamar di <i>Rail Transit</i> memiliki AC
Tipe kamar	Hanya memiliki satu tipe kamar	Memiliki lebih dari satu tipe kamar
Fasilitas kamar mandi dalam	Tidak semua kamar memiliki kamar mandi dalam	Semua kamar di <i>Rail Transit</i> memiliki kamar mandi dalam
Restoran	Tidak memiliki restoran	Tidak memiliki restoran
Harga	Relatif murah	Lebih mahal dari nonbintang

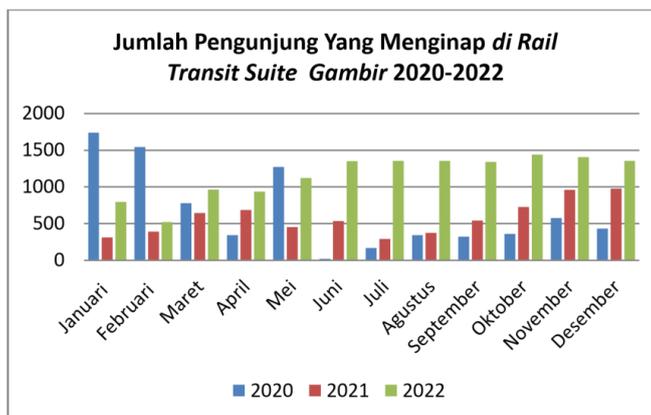
Sumber: Kemdikbud.go.id, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa *Rail Transit Suite* Gambir menawarkan kualitas yang lebih baik daripada hotel nonbintang yang membuat harga di *Rail Transit Suite* Gambir menjadi lebih mahal dibandingkan dengan hotel nonbintang. Meski demikian, tetap banyak pengunjung yang memutuskan untuk menginap di hotel ini.

Keputusan Menginap yang serupa dengan keputusan pembelian menurut Oentoro dalam Iskandar dkk. (2021) adalah alasan bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap keputusan untuk membeli suatu produk/jasa yang sesuai kebutuhan, keinginan, dan harapan sehingga menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk.

Harga adalah hal paling penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk/jasa guna mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2018:63). Selain itu, Bukti Fisik (*physical evidence*) adalah suatu komponen yang menunjukkan kualitas dari suatu produk atau jasa secara nyata yang ditawarkan kepada konsumen. Bukti fisik tersebut adalah cara dari perusahaan/produsen untuk mengirimkan pesan-pesan yang kuat dan konsisten tentang perusahaan untuk mencapai segmen pasar targetnya dengan karakteristik yang dimilikinya. Menurut Zeithaml dalam Nagara dkk. (2022), Bukti Fisik adalah bukti nyata yang turut memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau layanan yang disediakan.

Selanjutnya, pada gambar di bawah ini disajikan data jumlah pengunjung *Rail Transit Suite* Gambir.



**Gambar 1** Jumlah Pengunjung *Rail Transit Suite* Gambir 2020-2022

Sumber: *Rail Transit Suite* Gambir, 2023

Dari gambar di atas terlihat bahwa jumlah pengunjung di *Rail Transit Suite* Gambir pada tahun 2020 adalah 7.901 orang, di tahun 2021 adalah 6.982 orang (terjadi penurunan karena efek PPKM), sedangkan di tahun 2022 meningkat signifikan menjadi 13.939 orang.

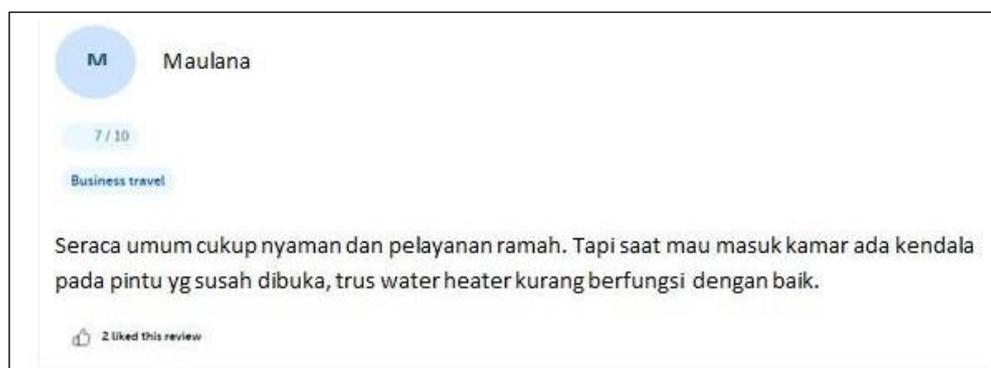
Di situs *online Traveloka.com*, *Rail Transit Suite* Gambir mendapat penilaian mengesankan yaitu 8,3/10 dari para pengunjung, namun masih terdapat ulasan yang kurang baik dari pengunjung yang menginap di sana dilihat dari OTA *Rail Transit Suite* Gambir seperti Gambar 1.2 di bawah ini:



**Gambar 1.** Ulasan pengunjung *Rail Transit Suite* Gambir

Sumber: *Traveloka.com*, 2023

Dari ulasan pengunjung di *Traveloka.com* di atas, pengunjung menilai 5,4/10, di mana harga menginap di *Rail Transit Suite* Gambir tidak sebanding dengan apa yang diharapkan dan komplain terkait bukti fisik yaitu ruangan yang terlalu kecil serta AC yang panas sehingga membuat pengunjung tersebut merasa kecewa.



**Gambar 3** Ulasan pengunjung *Rail Transit Suite* Gambir

Sumber: *Traveloka.com*, 2023

Pengunjung yang lain menilai 7/10, dan mengulas bahwa pengunjung merasa cukup nyaman menginap di *Rail Transit Suite* Gambir karena pelayanan stafnya yang ramah. Namun, ada kendala pada pintu kamar yang sulit dibuka dan *water heater* yang kurang berfungsi dengan baik.

Berdasarkan data-data di atas, perlu dilakukan studi terkait harga dan bukti fisik *Rail Transit Suite* Gambir yang mempengaruhi keputusan menginap para tamu. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak *Rail Transit Suite* Gambir untuk memenangkan persaingan di era yang semakin kompetitif ini.

## Harga

Harga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh konsumen dalam pembelian. Mursid dalam Iskandar dkk. (2021) mendefinisikan “harga adalah elemen penting yang memberikan pendapatan bagi suatu organisasi/perusahaan dalam menentukan target pasarnya. Selain itu, harga juga berperan sebagai aspek yang tampak jelas bagi para pembeli untuk digunakan sebagai indikator

kualitas.” Selanjutnya, harga dalam konteks pemasaran jasa sebagai sejumlah uang (unit moneter) dan atau/ aspek lain yang mencakup manfaat/utilitas tertentu yang ditukarkan untuk menerima suatu layanan yang dapat memenuhi/memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu (Tjiptono, 2019:209).

Menurut Lupiyoadi dalam Annishia dan Prastiyo (2019), strategi penentuan harga (*pricing*) sangat penting dalam menciptakan nilai (*value*) bagi konsumen untuk membeli. Harga juga terkait dengan pendapatan dan memengaruhi saluran pengiriman atau *marketing channel*. Namun yang paling penting, keputusan penetapan harga harus sesuai dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Kotler dan Amstrong (2018:120) menetapkan 4 indikator dalam mengukur harga yaitu:

### 1. Keterjangkauan harga

Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan menurut kemampuan/daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya terdapat beberapa jenis produk dalam satu merek, harganya juga bervariasi dari yang termurah sampai yang termahal. Dengan harga yang ditetapkan tersebut, konsumen dapat yang membeli suatu produk/jasa.

### 2. Kesesuaian harga dengan kualitas

Bagi konsumen, harga sering menjadi indikator kualitas suatu barang. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Jika harganya lebih tinggi biasanya orang beranggapan bahwa kualitasnya pasti lebih baik.

### 3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk/jasa jika manfaat yang dirasakannya lebih besar atau sama dengan harga yang telah dikeluarkan untuk memperolehnya. Apabila konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil daripada uang yang dikeluarkan maka konsumen akan menganggap bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir berkali-kali untuk melakukan pembelian ulang.

### 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk/jasa dengan produk/jasa lainnya, dalam hal ini murah-mahalnya suatu produk/jasa sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk/jasa tersebut.

Dengan demikian, harga dapat dikatakan mahal, murah atau biasa saja tergantung dari persepsi masing-masing individu. Jika konsumen menganggap bahwa harga suatu produk/jasa yang ditawarkan lebih tinggi dari nilai yang akan didapatkan dari produk/jasa tersebut, maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Konsumen juga akan membandingkan harga suatu produk/jasa dengan harga yang ditetapkan oleh kompetitor perusahaan lainnya sehingga ini bisa memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

## Bukti Fisik

Bukti Fisik (*Physical evidence*) adalah alat pemasaran yang sangat dibutuhkan untuk mendukung kelangsungan hidup suatu perusahaan. Bukti Fisik merupakan salah satu komponen yang secara langsung menunjukkan kualitas suatu produk/jasa yang diberikan kepada konsumen.

Lupiyoadi dalam Rahmah (2022) menjelaskan “bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat terciptanya jasa, di mana penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, dan semua komponen berwujud digunakan dalam berkomunikasi dan mendukung peranan jasa tersebut untuk mencapai target pasarnya.” Sementara itu, Tjiptono (2019:47) menjelaskan “bukti fisik (*physical evidence*) adalah lingkungan fisik di mana jasa disediakan dan di mana perusahaan serta pelanggan berinteraksi dan masing-masing komponen *tangible* membantu memfasilitasi penampilan dan mengomunikasikan jasa tersebut. Tanpa adanya bukti fisik, keberadaan perusahaan kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan pelanggan tidak mengetahui produk tersebut. Seperti; brosur paket, letak lokasi, penampilan staf yang rapi dan sopan, seragam yang mencerminkan keahlian mereka serta dekorasi interior dan eksterior bangunan yang menarik.”

Adapun indikator-indikator bukti fisik menurut Zeithmal dan Bitner dalam Tjiptono (2019:168) adalah sebagai berikut:

1. **Eksterior Fasilitas** meliputi, desain eksterior, *signage*, tempat parkir, *landscape*, lingkungan sekitar.
2. **Interior Fasilitas** meliputi, desain interior, peralatan, *signage*, tata ruang, kualitas udara/suhu.
3. **Fasilitas Fisik lainnya** meliputi, kartu bisnis (kartu nama), alat tulis, rekening tagihan, laporan, busana karyawan, seragam karyawan, brosur, *virtual servicescape*.

Sehingga dapat diartikan bahwa Bukti Fisik adalah suatu bentuk fisik tempat terciptanya jasa yang meliputi bangunan fisik, peralatan, dan fasilitas lainnya yang mendukung peranan jasa tersebut dalam menarik konsumen untuk membeli dan menggunakan produk/jasa yang disediakan.

### **Keputusan Mengingat/Pembelian**

Keputusan Mengingat dalam penelitian ini adalah termasuk keputusan pembelian karena setiap tamu yang datang ke hotel pasti akan melakukan kegiatan pembelian atas jasa yang ditawarkan.

Keputusan pembelian menurut Tjiptono dalam Alfiatur dkk. (2022) adalah “proses yang dilalui konsumen ketika mengenali masalah, mengumpulkan informasi tentang produk tertentu, dan mengevaluasi baik dan buruknya dari masing-masing pilihan alternatif yang dapat memberikan solusi bagi suatu masalah dan kemudian mengarah pada keputusan pembelian untuk produk tertentu.” Selanjutnya Oentoro dalam Iskandar dkk. (2021) mengemukakan “keputusan pembelian adalah alasan bagaimana konsumen memilih pilihan terhadap keputusan untuk membeli suatu produk/jasa yang sesuai kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga menimbulkan kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya, keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk.”

Kotler dan Keller (2016:187) berpendapat bahwa “keputusan pembelian adalah proses perilaku konsumen di mana proses keputusan pembelian dimulai jauh sebelum pembelian yang sebenarnya dan berlanjut setelahnya.” Dalam proses keputusan pembelian, terdapat beberapa tahap yang dimulai dengan tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Tahapan-tahapan tersebut mengarah pada keputusan pembelian atau tidak. Setelah membeli produk/jasa, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dengan produk/jasa yang sudah dibelinya. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan membelilagi, sedangkan apabila merasa tidak puas maka konsumen akan beralih ke merek lain.

Dimensi keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014:184) adalah sebagai berikut:

#### **1. Pilihan Produk**

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli produknya serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

#### **2. Pilihan Merek**

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Masing-masing merek memiliki perbedaannya tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

#### **3. Pilihan Penyalur**

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dikunjungi. Masing-masing pembeli memiliki pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

#### **4. Waktu dan Jumlah Pembelian**

Ada yang membeli setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali, atau sebulan sekali. Jumlah pembelian konsumen dapat menentukan keputusan seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu waktu. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari sekali. Dalam hal

ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

## 5. Metode Pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang dilakukan dalam menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif deskriptif dipilih peneliti dalam penelitian ini, di mana peneliti menggunakan objektivitas dan analisis matematis (statistik) pada sampel data yang diperoleh melalui kuisioner, tes, jajak pendapat, dan instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan/menguji suatu hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh harga dan bukti fisik terhadap Keputusan Menginap di Hotel *Rail Tansit Suit* Gambir. Sedangkan, subjek penelitiannya adalah tamu yang menginap di Hotel *Rail Tansit Suit* Gambir.

Pada penelitian ini, populasi yang ditentukan peneliti adalah tamu yang menginap di *Rail Transit Suite* Gambir di tahun 2022 sebanyak 13.939 pengunjung. Peneliti mengambil populasi hanya di tahun 2022 karena jumlah pengunjung tertinggi ada pada tahun tersebut dibandingkan tahun 2020 dan 2021. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan adalah sesuai dengan jumlah populasi pengunjung di *Rail Transit Suite* Gambir dengan menggunakan rumus Slovin:

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

di mana:

*n*: Jumlah sampel *N*: Jumlah populasi

*e*: Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*). Jika populasi yang diperoleh kurang dari 1.000, maka tingkat kesalahannya sebesar 5% dan jika populasi yang diperoleh lebih dari 1.000, maka tingkat kesalahannya sebesar 10%.

Pada penelitian ini jumlah populasi yang digunakan lebih dari 1.000, maka tingkat kesalahannya 10%, sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

Diketahui:

*N* = 13.939 pengunjung

*e* = 10%

$$n = \frac{13.939}{1 + \frac{(13.939(10\%))^2}{13.939}}$$

$$n = \frac{13.939}{(1 + 13.939(0.01))}$$

$$n = \frac{13.939}{140,39}$$

$$n = 99,28$$

*n* = 99,28 dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan rumus di atas, maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yang pernah menginap di *Rail Transit Suite* Gambir.

Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *accidental sampling*, di mana hanya pengunjung yang sudah pernah menginap di *Rail Transit*

*Suite* Gambir yang diteliti. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang ditetapkan berdasarkan kebetulan, dapat juga diartikan sebagai pengunjung yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan bisa digunakan sebagai sampel penelitian.

Selanjutnya, pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Oleh karena itu diperlukan adanya alat ukur untuk menentukan validitas dan reliabilitas. Adapun analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### Tabel Skala Peringkat Kuisisioner:

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Nilai rata-rata tersebut perlu diinterpretasikan atas lima kriteria dengan menggunakan skala interval (J Supranto, 2000:65): skala interval =  $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - 1}{\text{Jumlah Alternatif Jawaban}}$ . Interval  $\frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,80$ . Selanjutnya interval kriteria adalah sebesar 0,80 sehingga dari ketentuan tersebut, maka kriteria penafsirannya adalah:

1. Jika nilai antara 1,00 – 1,80 berarti kriteria sangat tidak baik
2. Jika nilai antara 1,81 – 2,60 berarti kriteria tidak baik
3. Jika nilai antara 2,61 – 3,40 berarti kriteria kurang baik
4. Jika nilai antara 3,41 – 4,20 berarti kriteria baik
5. Jika nilai antara 4,21 – 5,00 berarti kriteria sangat baik

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang diperoleh dari pengunjung yang menginap di Hotel *Rail Transite Suite* yang didasarkan pada kriteria jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Adapun informasi sosio-demografi responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Frekuensi		Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Valid	Pria	71	71,0	71,0
	Wanita	29	29,0	100,0
Total		100	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26 (April,2023)

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 responden diketahui bahwa terdapat 71% responden berjenis kelamin pria dan terdapat 29% responden berjenis kelamin wanita. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria.

**Tabel 2.** Data Responden Berdasarkan Usia

Frekuensi		Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Valid	18-20	6	6,0	6,0
	21-30	49	49,0	55,0
	31-40	36	36,0	91,0
	>40	9	9,0	100,0
Total		100	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26 (April,2023)

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 responden diketahui terdapat 6% responden dengan rentang usia 18-20 tahun, sebesar 49% responden dengan rentang usia 21-30 tahun, sebesar 36% responden dengan rentang usia 31-40 tahun, dan sebesar 9% responden dengan rentang usia >40 tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah dalam rentang usia 21-30 tahun.

**Tabel 3.** Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Frekuensi		Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Valid	Mahasiswa	18	18,0	18,0
	Karyawan Swasta	59	59,0	77,0
	Wirausaha	23	23,0	100,0
Total		100	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26 (April, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 responden diketahui terdapat 18% responden adalah Mahasiswa, sebesar 59% responden bekerja sebagai Karyawan Swasta, sebesar 23% bekerja sebagai Wirausaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden bekerja sebagai Karyawan Swasta.

### Uji Validitas

Uji validitas adalah teknik pengolahan data yang dilakukan untuk mengukur apakah data yang diberikan pada kuisioner dapat dipercaya atau tidak serta dapat mewakili apa yang hendak diteliti. Untuk menguji validitas dari penelitian ini, digunakan sampel percobaan sebanyak 100 sampel dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga diperoleh nilai r tabel yaitu 0,195. Perhitungan uji validitas ini menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 26. Pengujian validitas juga menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Selanjutnya, dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, di mana:

1. Jika nilai r hitung > r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan **valid**.
  2. Jika nilai r hitung < r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan **tidak valid**.
- Perhitungan uji validitas variabel X1, X2, dan Y adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas X1

Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
X1.1	0,857	0,195	Valid
X1.2	0,734		Valid
X1.3	0,699		Valid
X1.4	0,734		Valid
X1.5	0,651		Valid
X1.6	0,651		Valid
X1.7	0,699		Valid
X1.8	0,742		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (April, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan variabel X1 tersebut valid. Hal ini karena semua pernyataan menghasilkan nilai rHitung > rTabel.

**Tabel 5.** Hasil Uji Validitas X2

Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
X2.1	0,414		Valid

X2.2	0,716	0,195	Valid
X2.3	0,819		Valid
X2.4	0,778		Valid
X2.5	0,834		Valid
X2.6	0,689		Valid
X2.7	0,873		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (April, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan variabel X2 tersebut valid. Hal ini karena semua pernyataan menghasilkan nilai  $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ .

**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas Y

Pernyataan	$r_{Hitung}$	$r_{Tabel}$	Keterangan
Y1.1	0,599	0,195	Valid
Y1.2	0,825		Valid
Y1.3	0,924		Valid
Y1.4	0,833		Valid
Y1.5	0,461		Valid
Y1.6	0,776		Valid
Y1.7	0,453		Valid
Y1.8	0,582		Valid
Y1.9	0,767		Valid
Y1.10	0,788		Valid
Y1.11	0,776		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (April, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan variabel Y tersebut valid. Hal ini dikarenakan semua pernyataan menghasilkan nilai  $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ .

### Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiono, 2018), uji Reliabilitas adalah tingkat kestabilan atau konsistensi suatu alatukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil pula alat ukur tersebut dan sebaliknya. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukursampai sejauh mana derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh alat ukur.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil uji realibilitas sebagai berikut:

**Tabel 7.** Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	No of items	Keterangan
Variabel X1 (Harga)	0,775	0,6	8	Reliabel
Variabel X2 (Bukti Fisik)	0,777	0,6	7	Reliabel
Variabel Y (Keputusan Mengingat)	0,768	0,6	11	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (April, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa pernyataan variabel tersebut reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ , di mana variabel X1 sebesar  $0,775 > 0,6$ , variabel X2 sebesar  $0,777 > 0,6$ , dan Variabel Y sebesar  $0,768 > 0,6$ .

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016:160).

Uji normalias menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikan > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa residual berdistribusi normal, dan sebaliknya.

**Tabel 8.** Hasil Uji Normalitas

*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*  
*Unstandardized Residual*

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20114072
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.034
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April,2023))

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi data **0,200 > 0,05**, sehingga dapat disimpulkan bahwa **nilai residual berdistribusi normal**.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen (Ghozali, 2016:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka disebut terdapat problem multikolinearitas (multiko). Nilai multikolinieritas dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Fakcor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0,1 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10.

Pengolahan uji Multikolinearitas dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 9.** Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	nstandardized Coefficients		Standardized Coefficient, Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.905	2.007		2.444	.016		
Harga	.583	.089	.475	6.522	.000	.364	2.751
Bukti Fisik	.727	.111	.477	6.553	.000	.364	2.751

e. *Dependent Variable:* Keputusan Menginap

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April, 2023))

Dari perhitungan tabel di atas dapat dilihat bahwa Nilai *Tolerance* Harga (X1) sebesar 0,364 > 0,01 dan nilai VIF Harga (X2) sebesar 2,571 < 10. Nilai *Tolerance* Bukti Fisik (X2) sebesar 0,364 > 0,01

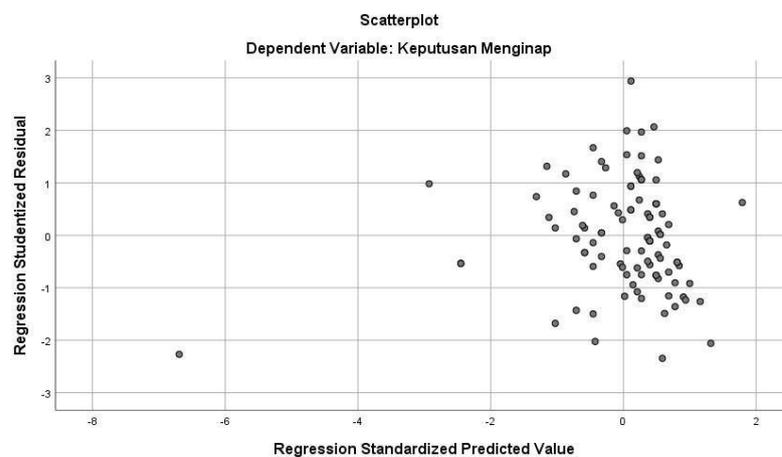
dan nilai VIF Bukti Fisik (X2) sebesar  $2,751 < 10$ . Hal ini berarti bahwa dari semua instrumen variabel tidak terjadi gejala Multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi homoskedastisitas (Ghozali, 2016:139). Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh hasil uji Heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Tabel 10.** Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April, 2023)

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi heteroskedastisitas** pada model regresi.

### Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111), uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada relasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi yaitu dengan *Uji Durbin-Watson* (DW test). *Uji Durbin-Watson* hanya untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya konstanta.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil uji Autokorelasi sebagai berikut:

**Tabel 11.** Hasil Uji Auto Korelasi

*Model Summary*<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.902 <sup>a</sup>	.813	.810	2.224	2.158

Predictors: (Constant): Bukti Fisik, Harga

Dependent Variable: Keputusan Menginap

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April, 2023))

Dari perhitungan tabel di atas didapatkan hasil sebagai berikut:

$$n = 100$$

$$d = 2,658$$

$$dL = 1,634$$

$$du = 1,715$$

$$4-dL = 4-1,634 = 2,366$$

$$4-du = 4-1,715 = 2,285$$

Jika  $du < d < 4-du$  maka hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi.

**Hasil = 1,715 < 2,158 < 2,285, artinya tidak terdapat autokorelasi.**

### Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

**Tabel 12.** Hasil Analisis Regresi linear Berganda

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model		Standardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.905	2.007		2.444	.016
	Harga	.583	.089	.475	6.522	.000
	Bukti Fisik	.727	.111	.477	6.553	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April, 2023)

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan spss 26, maka diperoleh hasil persamaan regresi berikut:

$$Y = 4,905 + 0,583X_1 + 0,727X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 4,905 menunjukkan angka yang positif, artinya jika nilai Harga (X1) dan Bukti Fisik (X2) 0, maka nilai Keputusan Menginapnya 4,905.
2. Nilai koefisiensi untuk variabel Harga (X1) adalah 0,583, artinya terdapat pengaruh positif dengan Keputusan Menginap (Y). Jika Harga meningkat 1%, maka nilai Keputusan Menginap juga naik sebesar 58,3%.
3. Nilai koefisiensi untuk variabel Bukti Fisik (X2) adalah 0,727, artinya terdapat pengaruh positif dengan Keputusan Menginap. Oleh karena itu, jika Bukti Fisik meningkat sebesar 1%, maka Keputusan Menginap mengalami peningkatan sebesar 72,7%.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh atau derajat pengaruh antarvariabel. Koefisiensi korelasi *product moment* disimbolkan dengan “r” dengan rumus analisis *product moment*.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebagai berikut:

**Tabel 13.** Hasil Uji Koefisiensi Determinan Simultan*Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 <sup>a</sup>	.813	.810	2.22372

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April,2023))

Dari tabel di atas, maka diperoleh angka R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,810 atau 81%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen (Harga dan Bukti fisik) terhadap variabel dependen (Keputusan Menginap) sebesar 81%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Tabel 14.** Hasil Uji Koefisien Determinan Harga (X1)*Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	0.731	0.728	2.657

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

(Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (April, 2023))

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:  $R = 0,855$

$$R^2 = 0,731 \times 100\% = 73,1\%$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen Harga terhadap variabel dependen Keputusan Menginap adalah sebesar 73,1%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Tabel 15.** Hasil Uji Koefisien Determinan Bukti Fisik (X2)*Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	0.732	0.729	2.653

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap

(Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (April, 2023) )

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:  $R = 0,855$

$$R^2 = 0,732 \times 100\% = 73,2\%$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen Bukti Fisik terhadap variabel dependen Keputusan Menginap sebesar 73,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Uji Hipotesis Simultan (Uji f)**

adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini mengukur pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil Uji F sebagai berikut:

**Tabel 16.** Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2090.533	2	1045.266	211.382	.000 <sup>b</sup>
	Residual	479.657	97	4.945		
	Total	2570.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Harga Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26,(April, 2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung (X1) Harga dan (X2) Bukti fisik terhadap (Y) Keputusan Menginap sebesar 211,382 dengan nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Harga (X1) dan Bukti fisik (X2) terhadap Keputusan Menginap (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung 211,382 > F tabel 3,09. Hal tersebut membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh Harga (X1) dan Bukti fisik (X2) terhadap Keputusan Menginap (Y) secara simultan.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Adalah untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu dengan membandingkan t tabel dengan t hitung. Masing-masing t hitung dari perhitungan ini kemudian lalu dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05. Uji signifikansi terhadap hipotesis tersebut ditentukan melalui uji t dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H0: Ditolak jika Sig t hitung <  $\alpha$  (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H0: Diterima jika Sig t hitung >  $\alpha$  (tingkat signifikan yang digunakan)

Bila H0 diterima, ini berarti bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak terdapat pengaruh. Bila H0 ditolak, ini berarti bahwa terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS 26, diperoleh hasil uji F sebagai berikut:

**Tabel 17.** Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Beta	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1	(Constant)	4.905		2.007	2.444	0.016
	Harga	0.583	0.475	0.089	6.522	0.000
	Bukti Fisik	0.727	0.477	0.111	6.553	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, (April, 2023)

Berdasarkan hasil analisis di atas, diketahui bahwa regresi variabel Harga memiliki nilai t hitung 6,522 dan variabel Bukti fisik memiliki nilai t hitung 6,553. Pada tingkat kesalahan ( $\alpha$ )0,05 dengan jumlah sampel 100 dan jumlah variabel bebas 2, maka nilai t tabel adalah 1,988. Karena nilai t hitungnya (2,444) lebih besar dari t tabel (1,988) maka H0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara variabel Harga (X1) dan variabel Bukti Fisik (X2) terhadap Keputusan Menginap(Y).

Pada variabel Harga (X1), nilai t hitung 6,522 > t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi X1 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Menginap (Y) dan terjadi hubungan positif antara Harga (X1) dengan Keputusan Menginap (Y).

Pada variabel Bukti fisik (X2), nilai t hitung 6,553 > t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi X2 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti fisik (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Menginap (Y) dan terjadi hubungan positif antara Bukti fisik (X2) dengan Keputusan

Mengingat (Y).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Dari pengujian Koefisien determinasi ( $R^2$ ), Harga berpengaruh sebesar 0,731 atau 73,1% terhadap Keputusan Mengingat. Dari pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ), Bukti Fisik berpengaruh 0,732 atau 73,2% terhadap Keputusan Mengingat serta Harga dan Bukti Fisik berpengaruh sebesar 0,810 atau 81% terhadap Keputusan Mengingat dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Dari hasil pengujian uji t, Harga (X1) nilai t hitung 6,522 > t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan Hipotesis H1 diterima, artinya variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mengingat. Untuk Bukti Fisik (X2), nilai t hitung 6,553 > t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan hipotesis H2 diterima, artinya Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mengingat.
3. Dari Uji F diperoleh nilai F hitung 211,382 > F tabel 3,09 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H3 diterima, artinya terdapat pengaruh Harga (X1) dan Bukti Fisik (X2) terhadap Keputusan Mengingat (Y) secara simultan.

### Saran

1. Keterjangkauan harga sesuai dengan jenis pilihan produk dari hasil penelitian ini mendapat nilai sebesar 4,04 yang artinya penilaian responden terhadap pernyataan tersebut berada pada kategori setuju (baik). Akan tetapi nilai tersebut masih di bawah rata-rata variabel Harga (4,10), sehingga pihak hotel disarankan untuk dapat menambahkan lagi pilihan atau variasi produk agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk mengingat.
2. Peralatan dan fasilitas hotel terawat dengan baik, diperoleh nilai sebesar 3,99 (baik) yang artinya penilaian responden terhadap pernyataan tersebut berada pada kategori setuju. Akan tetapi nilai tersebut masih di bawah rata-rata variabel Bukti Fisik (4,16), sehingga pihak hotel disarankan untuk lebih sering melakukan pengecekan dan perawatan terhadap peralatan dan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel.
3. Pada dimensi waktu dan jumlah pembelian, indikator saya memutuskan mengingat di *Rail Transit Suite* Gambir pada *weekend* dan *weekdays* saja masing-masing mendapatkan nilai sebesar 3,98 dan 3,99 yang artinya penilaian responden terhadap pernyataan tersebut berada pada kategori setuju/baik. Akan tetapi nilai tersebut masih di bawah rata-rata variabel Keputusan Mengingat (4,12), sehingga pihak hotel disarankan untuk melakukan promosi agar *Rail Transit Suite* Gambir semakin dikenal dan akan semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk mengingat saat *weekend* dan *weekdays*.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, dan citra merek, sehingga diharapkan nantinya akan diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 22. (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismayanti. 2012. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. Edisi 15<sup>th</sup>*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Indonesia: Penerbit Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta.

Utama, I Gusti Bagus. 2016 *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish. Yoeti, Oka A. 2014. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa.

### Jurnal

Aisyah, Siti dkk. 2020. *Pengaruh Brand Image, Price Dan Bukti Fisik Terhadap Minat Menginap Di Hotel Shangri-La Surabaya*. Surabaya: STIE IBMT Surabaya.

Komalasari, P.M. & Suwarta, F. 2022. *Pengaruh Bukti Fisik terhadap Citra Merek pada Hotel Amaroosa Grande Bekasi*. Jakarta: Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni.

Apriliarni, Ratna. 2017. *Pengaruh harga dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Peserta Didik (Studi Kasus Terhadap Peserta Didik Yang Kursus Di EPLC Bandung)*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Deri Asriyandi. 2020. *Perancangan SOP (Standar Operating Procedure) Room Attendant Di Hotel Salma Bukittinggi Proyek Akhir*. Proyek Akhir. D-IV Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Iskandar, Dani dkk. 2021. *Analisis Keputusan Menginap Konsumen Berbasis Bauran Pemasaran (Marketing Mix): Studi Pada Garuda Plaza Hotel Medan Dalam Masa Pandemi Covid-19*. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Nagara, Krisma Rama dkk. 2022. *Pengaruh Promosi Media Social dan Physical Evidence terhadap Keputusan Menginap (Survei pada Pengunjung Hotel Crown di Tasikmalaya)*. Tasikmalaya: Universitas Perjuangan Tasikmalaya.

Rahmah, A., & Jarniat, N. 2022. *Price Effect and Physical Evidence On Purchase Decision at Rooftop Caffe Bandung*. *Budapest Internasional Reseach and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 21289-21297.

Setyawan, Heri dkk. 2014. *Standar Operasional Rservasion Section Di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta*. Yogyakarta: AKPAR BSI Yogyakarta.

Sabandar, M., J., & Ayuningsih, S., F. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Menginap di Park Hotel Jakarta*. Jakarta: Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Thung, Felicia dkk. 2021. *Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Bintang 2 dan Bintang 5 Di Surabaya: Penerapan Proses Text-Mining Atas Ulasan Daring Konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 15 No.1, 1-9*.

Yeni dkk. 2022. *Analisis Pengaruh Promosi Dan Bukti Fisik Terhadap Minat Pengunjung Pada Hotel Grand Zuri Palembang*. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.

### Website

Kemendparekraf/Barekraf. 2022. *Indonesia Naik 12 Peringkat Dalam Indeks Pariwisata Global, Terbaik*. <https://pedulicovid19.kemendparekraf.go.id>. Diakses 10 Januari 2023.

Bayu, Dimas. 2022. *Jumlah Hotel Bintang Turun Jadi 3.521 Unit pada 2021*. <https://data.jakarta.go.id>. Diakses 18 Januari 2023

Kustiani, Rini. 2020. *Apa Saja Kriteria Hotel Non-Bintang, Hotel Bintang Satu, dan Hotel Bintang Lima*. <https://travel.kompas.com>. Diakses 18 Januari 2023.

Dikjen Diksi. 2022. *Memahami Perbedaan Rating Bintang Pada Hotel*. <https://www.vokasi.kemdikbud.go.id>. Diakses 19 Januari 2023.

Rail Transit Suite Gambir. 2023. <https://www.traveloka.com>. Diakses 19 Januari 2023.