

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL ABADI DI PANGKALAN BUN

Edy Soewarno, Anisa Hudiyani, Firra Fitriana Sugiarti

Edy.Soewarno@gmail.com

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Antakusuma
Jl. Iskandar No. 63 Telp/Fax. 0532 – 22287 Kode Pos 74112 Pangkalan Bun

Abstract

This research is motivated by the high growth rates of Pangkalan Bun hotels that are imbalanced with the increase in the number of tourist. This certainly will affect the number of visitor who stayed in a hotel. The hotel service provider must prepare the best strategy to attract consumers with the presence of the new hotel, because consumer of hotel become increasingly have many option to choose. Hotel Abadi di Pangkalan Bun is one of the hotels affected by these imbalances. Seen from the data request to the hotel which had been steadily decrease since the year 2008 till 2012. The problem in this research is “ what is the factor that influence a person to staying in Abadi Hotels”. This specifically refers to three variables namely service quality, facilities, and location. The purpose of this study was to examine the influence of these three variables in influencing the decision to stay at Hotel Abadi. After doing a literature review and preparation of hypothesis, data were collected through questionnaires to 80 guests of Abadi Hotels obtain using systematic sampling technique, then analyze the data obtained by using multiple regression analysis, hypothesis testing via t test and F test, and analysis of the coefficient of determination (R²). From this analysis the regression equation : $Y = 5,391 + 0,230 X_1 + 0,269 X_2 + 0,222 X_3$

Stay decision variables (Y), konstanta (a), service quality (X₁), facilities (X₂), and location (X₃) testing the hypothesis using the t test showed that the three variables independent variables found to significantly influence the decision to stay as dependent variable.

Then through the F test showed that the variable service quality, facilities, and location is appropriate to test the dependent variable decision to stay. Figures Adjusted R square of 0.446 shows that 44,6 percent of the variation can be explained by the three independent variables in the equation regression. While the other 55,4 percent is explained by other variables outside of the four variables used in this study.

Keywords: *Decision To Stay, Service Quality, Facilities, And Location*

I. PENDAHULUAN

Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan

dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin bertahan harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan

semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya.

Menurut Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Heru Isnawan dalam koran *BORNEO News* mengatakan "Tingkat pertumbuhan hotel di Pangkalan Bun mencapai sekitar 20 persen setiap tahun, sedangkan kenaikan tingkat kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 7-8 persen pertahun," pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan persediaan yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc.(1995) yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2006), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas.

Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Hotel Abadi adalah salah satu hotel menengah yang berlokasi di Jalan Pangeran Antasari, No 150, Pangkalan Bun, kotawaringin Barat. Bapak Sugiarto selaku Pimpinan Hotel Abadi mengatakan bahwa saat ini pihak hotel melakukan beberapa renovasi, seperti kipas angin diganti AC, dan lain sebagainya. Namun untuk tarif kamar hotel juga mengalami sedikit kenaikan. Hal ini dipengaruhi dengan bertambahnya sekitar 25 jumlah hotel yang ada di Pangkalan Bun yaitu seperti Hotel Swiss-Bellinn, Blue Kecubung, Mahkota, Tiara, Avilla, serta hotel-hotel lainnya.

Hotel-hotel tersebut selalu bersaing dengan fasilitas mewah dengan tarif mahal, fasilitas sederhana dengan tarif sedang, atau bahkan fasilitas yang biasa dengan tarif murah. Dan besarnya pengaruh persaingan di beberapa hotel ini disebabkan karena kualitas pelayanan, fasilitas, serta lokasi yang membuat ketertarikan konsumen itu sendiri.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Jasa Hotel Abadi

| TAHUN | JUMLAH |
|-------|--------|
| 2008 | 3603 |
| 2009 | 3115 |
| 2010 | 3203 |
| 2011 | 2633 |
| 2012 | 2134 |

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap di hotel tersebut. Selama periode tahun 2008-2012 jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2010 jumlah tamu hotel sempat mengalami kenaikan namun kembali mengalami penurunan pada tahun berikutnya.

Penurunan jumlah tamu hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang

cenderung mengalami penurunan ini. Pihak hotel sebenarnya telah menetapkan target minimum tingkat hunian pada tahun 2012 yakni 4000 tamu atau rata-rata terdapat sekitar 10 sampai dengan 11 tamu chek in perhari, namun pada kenyataannya jumlah tamu pada tahun 2012 hanya mencapai angka 2134 yang berarti tidak sesuai dan jauh dengan target yang telah ditetapkan pihak hotel.

Rumusan masalah

Perusahaan jasa berlomba-lomba melakukan berbagai cara untuk dapat menghasilkan produk yang mampu menarik calon konsumen untuk bersedia memakai produk mereka. Persaingan di bidang jasa perhotelan di kota Pangkalan Bun yang ketat memiliki pengaruh yang besar terhadap penurunan jumlah tamu hotel. Dari masalah penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun ?
- 2) Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun?
- 3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun?

Tujuan penelitian

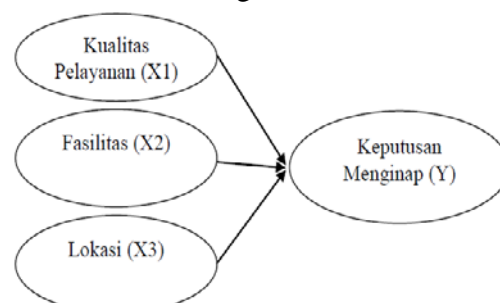
Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



II. LANDASAN TEORI

Definisi Hotel

Kata hotel memiliki pengertian atau definisi yang cukup banyak, masing-masing orang berbeda dalam menguraikannya. Berikut ini adalah beberapa pengertian hotel :

Menurut Menteri Perhubungan, definisi hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum (SK.Menhub.RI.No.PM 10/PW.391/PHB-77).

Menurut AHMA (*American Hotel and Motel Associations*), definisi hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal untuk sementara waktu.

Menurut Webster, definisi hotel adalah suatu bangunan atau lembaga yang menyediakan kamar untuk menginap, makanan, dan minuman serta pelayanan lainnya untuk umum.

Kualitas Pelayanan

Saat ini semua industri yang bergerak di bidang jasa harus

memperhatikan segi pelayanan mereka. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml et al, 1998).

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Zeithaml et al, 1998).

Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2006) meliputi:

1) **Kehandalan** (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya.

2) **Responsive** (*responsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.

3) **Keyakinan** (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap perusahaan.

4) **Empati** (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5) **Berwujud** (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.

Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 1997), Sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel.

Lokasi

Lupiyoadi (2001) menyatakan lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1) **Konsumen** mendatangi pemberi jasa. Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2) **Pemberi jasa** mendatangi konsumen. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan

adalah penyampaian jasa tetap berkualitas.

- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.

Keputusan Menginap

Tahap konsumsi berada pada tahap proses keputusan konsumen, disinilah seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak. Keputusan konsumen yang dilakukan dalam usaha perhotelan adalah keputusan seseorang untuk menginap di hotel tersebut. Keputusan yang dipilih konsumen dalam memilih hotel adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah hotel karena konsumen merupakan aset. Keputusan yang diambil oleh tamu pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih hotel sebagai tempat untuk menginap, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat di dalam perilaku konsumen.

Menurut Swasta dan Handoko (1994) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Prawirosentono (2002), keputusan dapat diambil dengan cermat apabila didukung oleh data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi.

III. METODE

Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Abadi di Pangkalan Bun, Jalan. Pangeran Antasari, No 150, Kabupaten Kotawaringin Barat. Tempat penelitian ini dipilih karena peneliti menemukan permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Abadi.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto 2006 : 12) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007:2). Adapun definisi kedua variabel tersebut yaitu :

1. Variabel Independen (*independent variable*) atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen sering disebut prediktor yang dilambangkan dengan X (Ferdinand, 2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. X1 : Kualitas Pelayanan
- b. X2 : Fasilitas
- c. X3 : Lokasi

2. Variabel Dependen (*dependent variable*) atau variabel tidak bebas, yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen, karena variabel dependen yang menjadi pusat perhatian utama peneliti.

Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan menganalisa berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Variabel dependen sering pula disebut variabel respon yang dilambangkan dengan huruf Y (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah : Keputusan Menginap (Y).

Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Dajan (1996) populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri atau karakteristik yang sama. Berdasarkan ciri dan karakteristik tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau proyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Emory, 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa Hotel Abadi di Pangkalan Bun yang memakai jasa dan fasilitas dari pihak hotel tersebut.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2001) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik *sampling* yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *accidental sampling* atau *sampling* kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*accidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007). Pengambilan data dilakukan pada saat konsumen menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun. Penentuan jumlah minimal sampel

dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006) :

$$n = \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\}$$

$$= 5 \times 16 \text{ indikator}$$

$$= 80 \text{ sampel}$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 80 responden.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen dalam keputusan pembelian jasa penginapan. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan Menginap

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃, = Koefisien regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Fasilitas

X₃ = Lokasi

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,391 + 0,230 X_1 + 0,269 X_2 + 0,222 X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan Menginap

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃, = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Fasilitas

X₃ = Lokasi

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Koefisien regresi pada variabel keputusan menginap (Y) sebesar 5,391 adalah positif. Artinya bila terjadi

peningkatan 1 satuan variabel keputusan menginap (Y) dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen sebesar 5,391.

Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi : "Semakin baik keputusan menginap yang diberikan oleh sebuah hotel, maka semakin banyak pula keputusan menginap", adalah terbukti kebenarannya.

b) Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,230 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel kualitas pelayanan dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,230. Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi : "Semakin baik kualitas pelayanan (*Service Quality*) sebuah hotel, maka semakin kuat keputusan menginap", adalah terbukti kebenarannya.

c) Koefisien regresi pada variabel fasilitas (X2) sebesar 0,269 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel fasilitas (X2) dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,269.

Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi : "Semakin baik fasilitas (*Facility*) yang diberikan oleh sebuah hotel, maka semakin kuat keputusan menginap", adalah terbukti kebenarannya.

d) Koefisien regresi pada variabel lokasi (X3) sebesar 0,222 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel lokasi (X3) dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,222.

Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi : "Semakin strategis lokasi (*Location*) suatu hotel, maka akan semakin kuat keputusan menginap", adalah terbukti kebenarannya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan menginap. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil t hitung (3,078) lebih besar dari t tabel (1,9913). Indikator kecepatan dan terpercaya karyawan dalam memberikan pelayanan penting dalam mempengaruhi seseorang untuk menginap. Kecepatan dan terpercaya dalam memberikan pelayanan akan membuat seorang tamu merasa senang dan puas terhadap pelayanan hotel tersebut.
2. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil t hitung (3,661) lebih besar dari t tabel (1,9913). Indikator kamar yang bersih dan nyaman penting dalam mempengaruhi seseorang untuk menginap. Pada dasarnya alasan seseorang menginap di hotel adalah untuk beristirahat, kamar yang bersih dan nyaman akan membuat seorang tamu merasa nyaman dan nyaman dalam beristirahat.
3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel lokasi terhadap variabel keputusan menginap. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil t hitung (2,365) lebih besar dari t tabel (1,9913). Indikator kemudahan dalam mengakses lokasi hotel penting dalam mempengaruhi seseorang untuk menginap. Lokasi yang mudah dijangkau akan memudahkan seseorang

untuk melakukan mobilitas dari dan menuju ke hotel.

Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan kepada pihak manajemen Hotel Abadi, antara lain :

1. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa kecepatan dan terpercaya dalam memberikan pelayanan merupakan faktor yang dominan dari kualitas pelayanan. Manajemen Hotel Abadi hendaknya makin memperhatikan kinerja dari para karyawannya. Setiap tamu yang akan melakukan pemesanan kamar hendaknya segera dilayani dan tidak dibiarkan terlalu lama menunggu. Setiap karyawan hendaknya diberikan pelatihan tentang seluk beluk perhotelan sehingga memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk dapat secara cepat memberikan pelayanan yang tepat sasaran.

2. Dari hasil pembahasan ditemukan kamar yang bersih dan nyaman merupakan faktor yang dominan dari fasilitas. Setiap *room boy* yang bekerja di Hotel Abadi harus memastikan bahwa kamar yang akan ditempati tamu harus benar-benar bersih dan tertata rapi. Jika terdapat perabot kamar yang rusak hendaknya segera diperbaiki agar tidak mengganggu kenyamanan para tamu pada saat menempati kamar tersebut.

3. Dari hasil pembahasan ditemukan keterjangkauan merupakan faktor yang dominan dari lokasi. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak hotel agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi hotel apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan hotel baru.

Meningkatkan Minat Beli (Studi Kasus Pada Patra Convention Hotel)". Skripsi Tidak Dipublikasikan, Semarang, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

Engel, James F, 1994, "Perilaku Konsumen Jilid 1", Jakarta: Binarupa Aksara.

Ghozali, Imam. 2003. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gutomo, Anjar, 2005, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Warnet (Studi Kasus Pada Warnet Grand Sylcomnet Di Tembalang)" *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani, 2006. "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta : Salemba Empat.

Lupiyohadi, Rambat, 2001 "Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik", Salemba Empat, Jakarta.

Prof. Dr. Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis : Alfabeta.

Retansa, Andika Reza, 2009, "Analisis Pengaruh Tingkat Pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI '46 Persero, Tbk. Cabang Semarang." *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

Dwifebri, Anastasia, 2006, "Analisis Strategi Diferensi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Dalam