

**PENGARUH HARGA KAMAR, FASILITAS HOTEL DAN LOKASI
HOTEL TERHADAP TINGKAT HUNIAN PADA PANDA BEACH
HOTEL DI KABUPATEN BULUKUMBA**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1



Diajukan Oleh :

NADYA ALIFA PUTRI

2016212007

**KONSENTRASI EKONOMI DAN BISNIS INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
NOBEL INDONESIA
MAKASSAR
2020**

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**PENGARUH HARGA KAMAR, FASILITAS HOTEL DAN
LOKASI HOTEL TERHADAP TINGKAT HUNIAN PADA
PANDA BEACH HOTEL DI KABUPATEN BULUKUMBA**

(Studi Empiris pada Panda Beach Hotel yang berdiri pada
Tahun 2013-sekarang)

Diajukan oleh:

Nama : NADYA ALIFA PUTRI

Nim : 2016212007

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi
STIE Nobel Indonesia pada tanggal 23 Juni 2020 dan dinyatakan diterima untuk
memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademik
Sarjana Manajemen – S.M.

Makassar, Desember 2020

Tim Penguji

Ketua : Dirwan Dirga Saputra, ST,M.M. 1.

Sekretaris : Ridwan, S.E.MSI 2.

Anggota : Faisal Rizal Zainal,S.P.M.M 3.

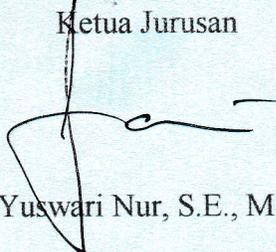


Mengesahkan,

Wakil Ketua I
Bidang Akademik


(Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si.)

Ketua Jurusan


(Yuswari Nur, S.E., M.Si)

Mengetahui

Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar




(Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M.)

SURAT PERNYATAAN

Nama : NADYA ALIFA PUTRI
NIM : 2016212007
Konsentrasi : Bisnis dan Perdagangan Internasional
Judul : Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel dan Lokasi Hotel Terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba (Studi Empiris pada Panda Beach Hotel yang berdiri pada Tahun 2013-sekarang)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali apabila dalam pengutipan subtransi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan instansi manapun, serta bukan karya jiblakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 06 Oktober 2020

Yang menyatakan,



ALIFA PUTRI

Nim: 2016212007

ABSTRAK

Nadya Alifa Putri. 2020. Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel, dan Lokasi Hotel terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba, dibimbing oleh Dirwan Dirga.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel, dan Lokasi Hotel terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan hotel selama 5 tahun terakhir yang berjumlah 17.760 orang. Penentuan jumlah sampel didapatkan dari perhitungan slovin yaitu sebesar 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS IBM versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba. Nilai koefisien korelasi sebesar 82,9%, sisanya 17,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Harga kamar, fasilitas hotel, lokasi hotel, dan tingkat hunian*



ABSTRACT

Nadya Alifa Putri. 2020. The Effect of Room Price, Hotel Facilities, and Hotel Locations toward Occupancy Rates at the Panda Beach Hotel in Bulukumba Regency, supervised by Dirwan Dirga.

This study is a quantitative study that aims to determine the effect of room prices, hotel facilities, and hotel locations toward the occupancy rates at the Panda Beach Hotel in Bulukumba Regency.

The population in this study was the hotel customers over the past 5 years with 17,760 customers. Determination of the sample number obtained from the calculation of Slovin that was equal to 100 respondents. Analysis of the data used the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, partial test, simultaneous test, and the coefficient of determination using IBM SPSS version 26.

The results of this study indicate that the price of rooms, hotel facilities, and hotel location has a positive and significant effect partially and simultaneously toward the occupancy rates at the Panda Beach Hotel in Bulukumba Regency. Correlation coefficient value of 82, 9%, and the remaining 17.1% is affected by other variables not examined in this study.

Keywords: *Room prices, hotel facilities, hotel location, and occupancy rates*



MOTTO

Nama yang harum lebih baik daripada
kekayaan

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai bukti kebaktian dan
kecintaanku kepada:

Ayahanda dan ibunda yang telah mendoakan dan membimbingku
dengan kasih sayangnya mewujudkan harapan menjadi kenyataan

Saudara-saudaraku yang telah menjadi motivator suksesanku

Almamaterku yang telah mewadahi proses keberhasilanku

Sahabatku yang telah menyertai hari-hariku dan mengantarku
menuju kesukses

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah, Sang Maha Pencipta dan Pengatur Alam Semesta, berkat Ridho Nya, penulis akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel, dan Lokasi Hotel Terhadap Tingkat Hunian Pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba”.

Dalam menyusun skripsi ini, banyak kesulitan dan hambatan penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari orang terdekat, sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, SE., M.M., selaku Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar.
2. Bapak Yuswari Nur, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Nobel Indonesia Makassar
3. Bapak Dirwan Dirga, S.T., M.M., selaku pembimbing yang tanpa lelah mengarahkan dan memberi bantuan yang berkaitan dengan skripsi penulis.
4. Bapak Ridwan, S.E., M.Si dan Faisal Rizal Zainal, S.P., M.M, selaku tim penguji skripsi yang telah menguji, mengoreksi, mengkritik dan memberikan saran kepada skripsi penulis, sehingga skripsi ini bisa lebih bermakna dan berguna.

5. Bapak/Ibu dosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga selama proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
6. Ayahanda dan ibunda tercinta serta saudara-saudaraku tercinta dan terkasih.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Makassar, Juni 2020

Penulis

Nadya Alifa Putri
2016212007

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Hotel	9
2.1.1 Definisi Hotel.....	9
2.1.2 Klasifikasi Hotel	10
2.1.3 Kategori Hote	11
2.1.4 Tipe Kamar	15
2.2 Harga Kamar	18
2.2.1 Definisi Harga	18
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	19
2.2.3 Metode Penetapan Harga	21
2.2.4 Indikator Harga	24
2.3 Fasilitas Hotel.....	25
2.3.1 Definisi Fasilitas	25

2.3.2 Indikator Fasilitas.....	26
2.3.3 Peranan Fasilitas	28
2.4 Lokasi Hotel	30
2.4.1 Definisi Lokasi.....	30
2.4.2 Tujuan Penetapan Lokasi	31
2.4.3 Indikator Lokasi Hotel	32
2.5 Tingkat Hunian	35
2.5.1 Definisi Tingkat Hunian.....	35
2.5.2 Indikator Tingkat Hunian Hotel.....	36
2.6 Penelitian Terdahulu.....	38
2.7 Kerangka Pikir.....	39
2.8 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.1.2 Waktu Penelitian	43
3.2 Metode Pengumpulan Data	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	45
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	46
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5.3 Uji T (Uji Parsial)	47
3.5.4 Uji F (Uji Simultan)	48
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.6 Definisi Operasional.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
4.1.1 Profil Panda Beach Hotel	52
4.1.2 Struktur Organisasi Panda Beach Bira Hotel	53
4.1.3 Visi dan Misi Panda Beach Hotel	54
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden	54
4.2.2 Deskriptif Statistik	59
4.2.3 Analisis Tanggapan Responden	60
4.2.4 Uji Instrumen Penelitian	69
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.2.6 Uji Parsial (Uji T)	74
4.2.7 Uji Simultan (Uji F)	76
4.2.8 Kofesien Determinasi (R^2)	77
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Hunian	78
4.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian	80
4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Hunian	81
4.3.4 Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Tingkat Hunian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Halaman
1.1	Rata-Rata Lama Penginap Tamu.....	3
1.2	Harga Kamar Panda Beach Bira Hotel.....	4
2.1	Klasifikasi Hotel.....	11
2.2	Penelitian Terdahulu.....	38
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	50
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.5	Deskriptif Statistik.....	59
4.6	Tanggapan Responden Variabel Harga.....	60
4.7	Tanggapan Responden Variabel Fasilitas Hotel.....	62
4.8	Tanggapan Responden Variabel Lokasi Hotel.....	64
4.9	Tanggapan Responden Variabel Tingkat Hunian.....	66
4.10	Uji Validitas.....	69
4.11	Uji Reliabilitas.....	72
4.12	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.13	Uji Parsial (Uji T).....	75
4.14	Uji Simultan (Uji F).....	77
4.15	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Halaman
2.1	Kerangka Pikir.....	41
4.1	Struktur Organisasi Hotel Atria Inn Makassar.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor usaha yang semakin berkembang akibat dari adanya globalisasi salah satunya adalah sektor jasa. Hal tersebut ditandai oleh adanya upaya yang dilakukan pemerintah untuk mendorong pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas bisnisnya sebaik mungkin. Salah satu sektor jasa yang berkembang pesat dewasa ini adalah sektor pariwisata dan perhotelan. Usaha disektor pariwisata dan perhotelan menawarkan daya tarik sumber dayanya kepada konsumen, baik konsumen domestik maupun mancanegara.

Peranan sektor pariwisata dan perhotelan semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang memiliki posisi penting bagi pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Jika melihat Sasaran Pembangunan Pariwisata 2015-2019, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional atau Bappenas menargetkan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB dapat mencapai 8 persen dengan target kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 275 juta pada tahun 2019 (kemenpar.go.id).

Potensi perkembangan pariwisata di Indonesia cukup besar, apalagi jika mengacu pada data kinerja pertumbuhan pariwisata dari *World Trade Tourism*

Council (WTTC) yang menempatkan Indonesia di peringkat sembilan dunia. Pada Provinsi Sulawesi Selatan, bisnis pariwisata dan perhotelan cukup berkembang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang melakukan kegiatan wisatanya di destinasi-destinasi wisata yang ada di Sulawesi Selatan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2019), Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang datang melalui pintu masuk Makassar pada April 2019 mencapai 1.319 kunjungan. Jumlah wisman tersebut menurun sebesar 28,70 persen jika dibandingkan dengan jumlah wisman pada bulan Maret 2019 yang mencapai 1.850 kunjungan. Sementara itu, jika dibandingkan dengan April 2018 maka terjadi peningkatan sebesar 22,47 persen yang mana jumlah kunjungan April 2018 sebesar 1.077 kunjungan.

Seiring berkembangnya kunjungan wisatawan tersebut, diikuti pula dengan meningkatnya tingkat hunian hotel. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Sulawesi Selatan pada April 2019 naik 2,21 poin dibandingkan dengan TPK pada Maret 2019, yaitu dari 45,22 persen pada Maret 2019 menjadi 47,43 persen pada April 2019. Namun bila dibandingkan dengan April 2018, TPK hotel Klasifikasi bintang pada bulan April 2019 turun 4,67 poin dimana pada bulan April 2018 sebesar 52,10 persen (Badan Pusat Statistik, 2019).

Rata-rata lama menginap seluruh tamu pada hotel berbintang di Sulawesi Selatan pada April 2019 mencapai 1,68 hari atau naik 0,02 jika dibandingkan rata-rata lama tamu menginap pada Maret 2019. Secara keseluruhan, rata-rata lama menginap tamu asing dan tamu domestik pada April 2019 masing-masing

yaitu 2,51 hari dan 1,67 hari. Berikut tabel 1.1 menjelaskan mengenai rata-rata lama menginap tamu di Provinsi Sulawesi Selatan berdasarkan kelas hotel.

Tabel 1.1: Rata-Rata Lama Penginap Tamu

No	Kelas/Bintang	Rata Rata Lama Menginap Tamu (Hari)					
		Asing		Domestik		Total	
		Maret	April	Maret	April	Maret	April
		2019	2019	2019	2019	2019	2019
1	Bintang 1	1,65	2	1,51	1,54	1,51	1,54
2	Bintang 2	2,9	1,9	1,49	1,41	1,51	1,41
3	Bintang 3	2,86	2,73	1,82	1,72	1,83	1,72
4	Bintang 4	2,7	2,74	1,85	1,94	1,88	1,96
5	Bintang 5	2,2	2,32	1,25	1,44	1,26	1,45
	Total	2,7	2,51	1,63	1,67	1,64	1,68
		Perubahan (Hari)				0,02	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019.

Banyaknya jumlah wisatawan dan tingkat hunian hotel didominasi oleh tempat destinasi wisata yang ada di Sulawesi Selatan seperti Pantai Bira yang terletak di Kabupaten Bulukumba. Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang sangat terkenal dengan keindahan wisata baharinya salah satu obyek wisata yang sudah menasional adalah kawasan Pantai Tanjung Bira.

Sebagai salah tujuan destinasi wisata di Sulawesi Selatan, Pantai Bira yang berada di Kabupaten Bulukumba dianggap memadai untuk menjadi kawan wisata terpadu. Hotel-hotel yang berada di lingkungan wisata Pantai Bira sudah cukup banyak. Selain itu, baiknya akses dan transportasi yang menunjang kegiatan para wisatawan sangat mudah dijangkau dan didapatkan. Dalam memilih

hotel/penginapan, wisatawan menyesuaikan dengan *budget* dan lama mereka menginap di hotel tersebut. Beberapa hotel di Kawasan pantai bira terjangkau, memiliki fasilitas yang baik, dan strategis untuk akses ke pantai Bira.

Salah satu hotel yang berada di Kawasan pantai Bira adalah Panda Beach Hotel. Panda Beach Hotel merupakan hotel bintang tiga yang memiliki harga yang sangat terjangkau untuk kalangan wisatawan. Keterjangkauan harga tersebut dapat dilihat dari harga per kamar yang ditawarkan kepada wisatawan/pelanggan. Berikut tabel harga per *room*/kamar di Panda Beach Hotel.

Tabel 1.2. Harga Kamar Panda Beach Bira Hotel

Room	Harga Kamar	Jumlah Kamar
VVIP	Rp 1.500.000	3
VIP	Rp 1.000.000	4
Junior Suit	Rp 850.000	3
Deluxe	Rp 750.000	7
Superior	Rp 500.000	6
Standard	Rp 350.000	1
		24

Sumber: Manajemen Panda Beach Hotel, 2019.

Berdasarkan harga kamar dari Panda Beach Hotel yang telah diuraikan pada tabel 1.2 di atas, diketahui bahwa harga-harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Harga tersebut dikatakan terjangkau, mengingat fasilitas yang ditawarkan dan lokasi hotel yang tepat berada di Kawasan Wisata Pantai Bira. Selain daripada harga kamar hotel yang terjangkau, fasilitas-fasilitas yang ditawarkan Panda Beach Hotel cukup memadai seperti adanya *Air Conditioner* (AC) di setiap kamar, Televisi (TV) di setiap kamar hotel, Wifi yang tersedia

diseluruh area hotel, Air Hangat, Restoran, fasilitas untuk *Snorkling*, fasilitas untuk *Diving*, dan Tempat Parkir.

Panda Beach Hotel menawarkan *view* langsung ke arah pantai Bira, lokasi Hotel yang berada di Kawasan pantai tersebut merupakan salah satu daya tarik yang membuat setiap tahunnya tingkat hunian di Panda Beach Hotel terus meningkat. Lokasi yang strategis, yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan memungkinkan wisatawan untuk memilih Panda Beach Hotel sebagai tempat penginapan/hotel yang dapat menunjang aktivitas wisata mereka.

Berdasarkan pengumpulan data awal yang peneliti lakukan diperoleh bahwa beberapa tahun terakhir Panda Beach Hotel mengalami penurunan tingkat hunian kamar hotel, padahal berada dikawasan yang padat akan wisatawan. Pada tahun 2017 jumlah tamu yang menginap sebanyak 4.276 orang, sedangkan tahun 2018 tamu yang menginap sebanyak 3.396. Hal ini memperlihatkan adanya permasalahan terhadap keputusan tamu hotel untuk menginap di Panda Beach Hotel. Selanjutnya berdasarkan wawancara singkat peneliti pada saat survey pendahuluan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan tamu menginap di Panda Beach Hotel, diperoleh jawaban harga kamar yang relatif murah, fasilitas yang cukup memadai dan lokasi cukup strategis dengan tempat wisata. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong (dalam Feri, 2018) menyatakan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan banyaknya dipengaruhi rangsangan pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi yang telah diterapkan perusahaan selama ini.

Selain itu, teori yang dikemukakan oleh Shinta (2014) yang menjelaskan bahwa fasilitas merupakan aspek penting untuk diperhatikan dalam usaha perhotelan, oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Semakin baiknya fasilitas yang ditawarkan, memungkinkan kebutuhan para pelanggan dapat dipenuhi oleh pihak hotel sehingga berdampak pada tingkat hunian kamar hotel.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel dan Lokasi terhadap Tingkat Hunian Pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba?
2. Apakah harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh secara simultan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba?
3. Variabel manakah yang paling dominan memengaruhi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yang adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan memengaruhi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat di bidang yang terkait, dalam hal ini bidang pemasaran hotel, seperti:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Hotel

Sebagai bahan referensi dalam penentuan keputusan bisnis hotel bersangkutan.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini hendaknya sebagai referensi untuk pengembangan praktis dari penerapan ilmu manajemen dalam bisnis perhotelan.

2. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk menunjang perkembangan manajemen yang telah ada, terutama bidang yang terkait dengan pemasaran pariwisata dan pemasaran hotel dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian yang lebih baik pada dalam penerapannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hotel

2.1.1 Definisi Hotel

Menurut Morisson (2015: 19) industri perhotelan merupakan bagian dari *hospitality industry* yaitu suatu industri yang menyediakan produk dan jasa kepada pelanggan yang jauh dari rumah. Industri ini terdiri dari *travel*, penginapan, makan, hiburan, rekreasi, dan fasilitas permainan.

Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Pengertian hotel menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono (2011:6), adalah "Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Berdasarkan SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77 hotel dibagi menjadi beberapa macam, diantaranya :

1. Hotel berbintang 1 (satu)
2. Hotel berbintang 2 (dua)
3. Hotel berbintang 3 (tiga)

4. Hotel berbintang 4 (empat)

5. Hotel berbintang 5 (lima)

Hotel juga sangat berperan penting bagi wisatawan asing maupun domestik yang sedang mengadakan kegiatan atau hanya sekedar berlibur. Industri perhotelan memiliki karakteristik yang berbeda dengan jasa lainnya dalam hal jangka waktu penggunaan jasa yang lebih pendek, lebih bersifat emosional, pentingnya mengelola bukti seperti lingkungan fisik, harga, komunikasi, serta pelanggan; lebih menekankan pada citra; lebih banyak variasi dan tipe saluran distribusi, bergantung kepada organisasi komplementer, lebih mudah ditiru serta lebih menekankan pada promosi *off-peak* (Sudarsono; 2016:22).

Berdasarkan definisi para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara profesional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan.

2.1.2 Klasifikasi Hotel

Menurut Komar (2014: 137) klasifikasi hotel adalah kriteria penggolongan hotel berdasarkan jumlah poin yang didapatkan dari hasil penilaian:

1. Fisik/ bangunan
2. Manajemen/ operasional, dan
3. Pelayanan/ *service*

Yang menentukan penilaian adalah Departemen Pariwisata dengan timnya dan Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia. Dalam unsur penilaian ada tiga bobot/ nilai, yaitu:

1. M berarti Mutlak;
2. P berarti Penting;
3. D berarti Disarankan

Adapun contoh penilaian klasifikasi hotel seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1: Klasifikasi Hotel

Hotel	Jumlah Poin	M	P	D
		Mutlak	Penting	Disarankan
Hotel bintang satu	400	74	284	42
Hotel bintang dua	500	101	344	55
Hotel bintang tiga	700	126	496	78
Hotel bintang empat	900	160	663	77
Hotel bintang lima	1.000	174	752	74

Sumber: Komar (2014: 137)

2.1.3 Kategori Hotel

Salah satu cara yang umum digunakan untuk menggolongkan hotel adalah berdasarkan ukuran jumlah ruangan yang ada di dalam bangunan hotel. Adapun kategori hotel menurut Komar (2014: 117-120) adalah sebagai berikut:

1. *Commercial Hotel*

Commercial hotel mengacu pada bangunan yang khususnya melayani tamu bisnis. *Commercial hotel* biasanya berlokasi di pusat kota atau daerah bisnis dan mungkin ukurannya kecil, sedang, atau besar. Fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk para tamu di beberapa hotel termasuk surat kabar gratis, kopi di pagi hari, telepon lokal gratis, dan terminal

komputer di kamar tamu. Di samping itu, pengaturan sewa mobil, layanan antar jemput di *airport*, *coffeshops*, dan ruang makan semiformal dan ruangan *cocktail* dapat disediakan untuk para tamu dan relasi bisnis mereka. Sebagian besar *commercial hotel* memiliki sejumlah ruang konferensi atau suites; layanan makanan dapat juga disediakan. Di sekitar lobi di *commercial hotel* terdapat layanan *laundry* satu hari, layanan seragam, layanan pengurus hotel, tempat penjualan tiket, dan *souvenir* untuk kenyamanan para tamu. Kolam renang, klub kebugaran, sauna, dan bahkan tempat *jogging* kadang disediakan. Meskipun tujuan utama dari *commercial hotel* adalah untuk melayani para tamu bisnis; kelompok tur, turis individu, dan kelompok konferensi kecil juga menganggap hotel ini menarik.

2. *Airport Hotel*

Hotel semacam ini terletak di sekitar wilayah *airport* karena kenyamanannya bagi para tamu. Di beberapa tempat, hotel yang memiliki limosin berkeliling dari hotel ke *Airport* dengan jadwal penjemputan untuk tiap beberapa menit. Para tamu yang mengemudi menuju tempat pelayanan telepon ke hotel untuk melakukan reservasi dan layanan antar jemput merupakan pemandangan yang umum di sebagian besar bandar udara (*Airport*). Untuk meningkatkan daya tariknya, *Airport Hotel* dapat juga menyediakan ruang konferensi kedap suara untuk pertemuan para pengunjung dari luar kota (yang menginap di hotel) dan penduduk lokal (yang pergi ke hotel untuk mengikuti rapat).

Biaya untuk pengaturan pelayanan ini mungkin mahal. Terlebih untuk para nasabah bisnis, penumpang pesawat dengan waktu kunjungan yang singkat atau mengalami penundaan penerbangan dan bahkan pesta pernikahan adalah merupakan tamu-tamu khusus. Ukuran dari *Airport Hotel* dapat bervariasi mulai dari yang berukuran kecil sampai yang berukuran besar. Semua fasilitas dari hotel-hotel termewah mungkin ada tahu tidak ada di *Airport Hotel*.

3. *Economy Hotel*

Economy Hotel telah tersebar di seluruh negara untuk tamu dengan biaya terbatas. Penekanannya adalah pada ruangan yang bersih serta ruang rapat sebagai kebutuhan paling mendasar bagi para tamu. Para tamu mungkin tidak akan mendapatkan fasilitas seperti yang ditemukan di hotel-hotel yang lebih mahal. Perangkat televisi bisa jadi dioperasikan dengan koin. Mungkin juga tidak tersedia kolam renang. Layanan makanan dan minuman sering kali tidak disediakan di hotel seperti ini dan mungkin hanya dapat ditemukan di restoran terdekat. Para pelanggan *Economy Hotel* biasanya para keluarga dengan anak-anak mereka, kelompok tur bus, para pelaku bisnis yang sedang bepergian, dan wisatawan, hingga kelompok rapat.

4. *Suite Hotel*

Jenis hotel yang baru dan sedang berkembang adalah *Suite Hotel*. Jenis hotel ini ditandai dengan ruang tamu yang memiliki kamar tidur dan ruang tamu yang terpisah (atau sering disebut *parlour*). Namun,

kadang-kadang *Suite* hanyalah merupakan satu ruang kecil tertentu. Di beberapa *Suite Hotel*, perlengkapan dapur mungkin disediakan, sedangkan di tempat lain, sebuah lemari es dan dapur basah (tempat cuci piring) adalah bagian dari *suite*. Para pelanggan hotel ini, biasanya berlokasi di daerah pinggiran atau setidaknya di pusat kota kecil, termasuk para pelaku bisnis, para wisatawan, dan tipe tamu lainnya dapat ditemukan di hotel jenis ini. Dan lagi, penempatan ulang pasar tumbuh sehubungan dengan bangunan *suite* ini. Pasar dari hotel ini terdiri dari para pelaku bisnis, yang pindah ke daerah yang baru oleh perusahaan mereka, yang belum memiliki rumah yang tetap.

5. *Residential Hotel*

Residential Hotel hampir sama dengan *Suite Hotel*; ruang tamu biasanya termasuk ruang duduk, kamar tidur, dan dapur kecil. Orang-orang yang tinggal di *Residential Hotel* dalam waktu yang lama, berdasarkan fakta, dianggap sebagai penyewa dan mungkin jika mereka memang memilih demikian, membuat perjanjian untuk mendapatkan beberapa atau semua layanan yang didapat oleh para tamu hotel sementara ini. Hotel ini mungkin menyediakan jasa pembantu sehari-hari, layanan telepon, meja depan, dan layanan yang seragam.

6. *Casino Hotel*

Casino Hotel merupakan jenis hotel yang dipergunakan untuk menarik tamu ke perusahaan judi mereka dan ke ruang pertunjukan mereka untuk melihat hiburan ternama. Meskipun ruang tamunya sering kali cukup

mewah, hotel ini berfungsi lebih pada peran penunjang seperti fasilitas kasino dan judi.

7. *Resort*

Resort Hotel dibedakan dari hotel lainnya oleh fakta bahwa *Resort* ini merupakan pilihan terakhir dari para tamu. Dengan kata lain, para tamu berencana untuk datang ke *Resort* tertentu karena pemandangan alam di sekelilingnya, serta aktivitas yang tersedia. Biasanya, para tamu di *Resort Hotel* tinggal untuk jangka waktu yang lama daripada para tamu hotel sementara. Aktivitas kelompok seperti malam permainan, golf, tenis, menikmati pemandangan alam, dan tarian sering kali direncanakan untuk para tamu. Suatu *resort* biasanya sangat memperhatikan dalam hal melayani penuh makanan, minuman, kamar, dan kebutuhan yang bersifat rekreasi untuk para tamu.

2.1.4 Tipe Kamar

Tipe kamar hotel menurut Charles E. Steadmon dalam Komar (2014: 122) bisa beragam berkisar dari standar *single* sampai *luxurious suite of rooms*. Walaupun hotel-hotel sering kali mendefinisikan jenis-jenis kamar mereka secara berbeda-beda, definisi kamar hotel akan dipaparkan sebagai berikut.

1. *Single*, sebuah kamar yang ditempati oleh satu orang. Kamar ini bisa memiliki satu tempat tidur atau lebih.
2. *Double*, sebuah kamar yang ditempati oleh dua orang. Kamar ini bisa memiliki satu tempat tidur atau lebih.

3. *Queen*, sebuah ruangan dengan sebuah tempat tidur berukuran *queen*. Kamar ini bisa ditempati oleh satu atau dua orang.
4. *King*, sebuah ruangan dengan sebuah tempat tidur berukuran *king*, kamar ini bisa ditempati oleh satu atau dua orang.
5. *Triple*, sebuah kamar yang ditempati oleh tiga orang. Kamar ini bisa mempunyai satu *double bed* dan satu *roll away* atau dua tempat tidur dan satu *roll away*.
6. *Quad* atau *Quadruple*, sebuah kamar yang ditempati oleh empat orang. Kamar ini bisa memiliki satu tempat tidur atau lebih.
7. *Twin-double* atau *Double-double*, sebuah kamar dengan dua *double bed*. Kadang-kadang mempunyai dua tempat tidur *queen*.
8. *Studio*, sebuah ruangan dengan “*studio bed*”, yaitu sebuah sofa yang bisa dialihfungsikan sebagai tempat tidur. Kamar ini bisa juga mempunyai tempat tidur yang lain.
9. *Mini Suite* atau *Junior Suite*, Kamar single dengan tempat tidur dan tempat duduk. Kadang-kadang kamar jenis ini memiliki sebuah kamar tidur kecil terpisah yang dihubungkan dengan ruang tamu.
10. *Suite*, sebuah ruang tamu yang dihubungkan dengan satu atau lebih kamar tidur berukuran *fullsized*.
11. *Twin*, kamar dengan dua tempat tidur berukuran sama. Kamar ini dapat ditempati oleh satu atau dua orang.

12. *Connecting Room*, dua kamar atau lebih dengan beberapa pintu masuk dari luar dan sebuah pintu yang berada di antara kamar tersebut di mana para tamu dapat keluar tanpa harus meninggalkan ruangan utama.
13. *Adjoining Room*, kamar-kamar tidak memiliki pintu-pintu penghubung yang berada dekat di antara kamar-kamar tersebut.

Kamar-kamar yang disewa oleh para tamu akan selalu kosong dan siap di awal saat kamar tersebut diberikan kepada para tamu. Setelah mereka sampai kamar, kamar tersebut menjadi "*Occupied*". Saat mereka berada di dalam hotel, status kamar akan berubah beberapa kali, sedikitnya dari sudut pandang pegawai hotel. Berbagai macam keadaan dan status kamar akan dijelaskan di bawah ini:

1. *Occupied*; tamu sedang menempati kamar.
2. *Complimentary*; kamar sudah ditempati, tetapi tidak ada tagihan kamar yang dibebankan kepada tamu.
3. *Stay Over*; tamu belum meninggalkan hotel dan akan tinggal kurang lebih satu hari.
4. *On-charge*; tamu telah tiba di hotel dan kamarnya belum dibersihkan.
5. *Do not disturb*; tamu menggantungkan tanda di pintu dengan maksud tidak ingin diganggu oleh siapaun.
6. *Sleep-out*; kamar ditempati meskipun tempat tidur tidak dipergunakan.
7. *Skipper*; tamu meninggalkan hotel tanpa membayar tagihan.
8. *Sleeper*; tamu menyelesaikan dan meninggalkan hotel, tetapi bagian *front office* tidak memindahkan informasi dan rak kamar.

9. *Vacant and ready*. Tamu telah meninggalkan hotel dan kamar telah dibersihkan dan siap ditempati tamu yang baru.
10. *Out-of-order*; kamar yang keadaannya dicegah untuk disewakan kepada tamu. Kamar ini tidak dapat disewakan karena alasan apapun termasuk alasan pemeliharaan, pengecatan, sedang dibersihkan, rusak, dan lain-lainnya.
11. *Lock-out*; kamar yang telah dikunci, atau dikunci dobel, sedemikian rupa sehingga tamu tidak dapat masuk dengan kunci sampai ia diberikan penjelasan oleh staf hotel. Hotel seharusnya tidak mengadakan penguncian tanpa berbicara terlebih dahulu dengan pengurus hotel. Hukum mengenai hal ini akan berbeda dari satu negara dengan negara yang lain.

2.2 Harga Kamar

2.2.1 Definisi Harga

Kotler dan Keller (2012:67), mengungkapkan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Sedangkan menurut Shinta (2014: 102) harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/ transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan barang dan jasa. Harga merupakan nominal yang harus dikeluarkan pelanggan untuk sebuah produk/jasa yang ingin digunakannya.

Menurut Tjiptono (2010:471) harga memainkan peran penting bagi perekonomian, yaitu):

1. Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

2. Bagi Pelanggan

Mayoritas pelanggan agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra, merek, lokasi toko, layanan, nilai dan kualitas).

3. Bagi Perusahaan

Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu satuan nilai/nominal yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan produk/jasa yang diinginkannya. Jadi dapat dikatakan bahwa harga kamar merupakan suatu nominal yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk suatu kamar yang ingin di tempati/sewa dalam jangka waktu tertentu.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Shinta (2014: 102) harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/ transaksi atau sejumlah uang yang harus

dibayar pelanggan untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Adapun tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan Yang Berorientasi pada Laba

Tujuan ini meliputi dua pendekatan yang memaksimalkan laba (asumsi teori ekonomi klasik) dan target laba. Pendekatan memaksimalkan laba menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk memilih harga yang bisa menghasilkan laba/ keuntungan yang paling tinggi. Dalam prakteknya, sulit sekali (tidak mungkin) perusahaan bisa mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat memaksimalkan laba, apalagi dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks.

2. Tujuan yang Berorientasi pada Volume

Dalam tujuan ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target penjualan, nilai penjual atau pangsa pasar. Tujuan ini biasanya dilandaskan strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan.

3. Tujuan yang Berorientasi pada Citra

Citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Penetapan harga, baik itu penetapan harga tinggi maupun penetapan harga rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi pelanggan kepada keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam tujuan ini perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan

menlakukan diferensiasi produk atau dengan jala melayani segemen pasar khusus.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Tujuan stabilitasi dilakukan dengan jala menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri. Dalam tujuan ini harga didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga juga dapat ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas Pelanggan, mendukung penjuala ulang atau mengah campur tangan pemerintah.

2.2.3 Metode Penetapan Harga

Menurut Shinta (2014: 105) Adanya metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu produk tergantung dari basis yang dipilih oleh perusahaan agribisnis, ada yang berbasis pada permintaan, biaya, laba, geografis, penyesuaian harga dengan berbagai cara, antara lain:

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan. Strategi ini dilakukan dengan menetapkan harga yang tinggi pada suatu produk dan dilengkapi dengan gencarnya aktivitas promosi.
2. *Penetration pricing*. Dalam strategi ini harga ditetapkan relatif rendah pada tahap awal, dengan tujuan untuk meraih pangsa pasar yang besar dan sekaligus menghambat masuknya para pesaing. Dengan harga yang rendah perusahaan akan mampu mengupayakan tercapainya skala

ekonomis dan menurunnnya biaya. Ada empat bentuk harga yang biasanya digunakan dalam *penetration pricing*, diantaranya:

3. *Restrained Price* (harga yang dikendalikan) adalah harga yang ditetapkan dengan tujuan untuk mempertahankan tingkat harga tertentu selama periode inflasi. Dalam hal ini kondisi lingkungan menjadi dasar dalam menentukan tingkat harga yang ditetapkan.
4. *Elimination price* adalah harga yang ditetapkan pada suatu tingkat tertentu yang dapat menyebabkan pesaing-pesaing tertentu keluar dari persaingan terutama untuk pesaing-pesaing yang kecil.
5. *Promotional price* adalah harga yang ditetapkan rendah dengan kualitas yang relatif sama, yang tujuannya adalah untuk mempromosikan produk tersebut.
6. *Keep-out Price* adalah harga yang ditetapkan pada suatu tingkat tertentu sehingga dapat mencegah para pesaing untuk memasuki pasar.
7. *Prestige pricing*. Harga dapat digunakan oleh Pelanggan sebagai ukuran kualitas atau prestise suatu barang/jasa. Bila harga diturunkan sampai tingkat tertentu maka permintaannya juga akan turun. Dalam metode ini harga ditetapkan pada tingkat yang tinggi sehingga pelanggan yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk kemudian membelinya. Contoh: permata, emas, intan, berlian, jaket kulit dan lain-lain.
8. *Price lining*. *Price lining* digunakan bila perusahaan menjual lebih dari satu produk. Harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan

ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda. Misalnya: pakaian wanita ditetapkan pada harga Rp. 75.000,00; Rp. 100.000,00; dan Rp. 150.000,00. Ada 2 cara yang bisa dilakukan dalam *Pricing Lining*, yaitu:

- a. Produsen menjual dengan harga yang sama kepada pengecer. Pengecer kemudian menambahkan markup yang berbeda pada masing-masing item, sehingga tingkat harganya berbeda.
- b. Produsen merancang produk dengan harga yang berbeda-beda dan pengecer menambahkan harga *markup* yang relatif sama sehingga harga jual yang ditawarkan kepada pelanggan akhir dan akan bervariasi.

9. *Odd-Even Pricing*. Adalah penetapan harga yang besarnya mendekati jumlah genap tertentu, misalnya Rp 9.975,00 yang masih dianggap pada kisaran Rp. 9.000,00– an bukan Rp. 10.000,00 pada prakteknya memang untuk satuan atau kuantitas yang kecil, cara ini kurang bisa mengenai sasaran, namun bila menyangkut satuan dan kuantitas yang besar serta dikaitkan dengan berbagai macam produk lainnya, maka hasilnya menjadi lebih efektif.

10. *Demand-Backward Pricing*. Cara ini dilakukan dengan cara, mula-mula perusahaan memperkirakan suatu tingkat harga yang bersedia dibayar pelanggan untuk produk-produk yang relatif mahal, kemudian menentukan margin yang harus dibayar dibayarkan kepada *retailer* dan *wholesaler*, setelah itu baru menentukan harga jualnya. Berdasarkan harga tertentu kemudian perusahaan menentukan kualitas komponen-

komponen produknya sehingga produk di desain sedemikian rupa untuk dapat memenuhi target harga yang ditetapkan.

11. *Bundle Pricing*. Cara ini merupakan cara pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket. Misalnya *travel agency* menawarkan paket liburan yang mencakup transportasi, akomodasi dan konsumsi. *Bundle Pricing* didasarkan pada pandangan bahwa pelanggan lebih menghargai nilai suatu paket tertentu secara keseluruhan daripada nilai masing-masing item secara individual. Cara ini akan memberikan keuntungan yang besar bagi penjual maupun pembeli. Penjual dapat menekan biaya pemasarannya dan pembeli dapat menghemat biaya total.

2.2.4 Indikator Harga

Kotler dan Keller (2012: 345), mengungkapkan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Dibawah ini penjelasan mengenai empat ukuran harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Pelanggan bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para pelanggan banyak yang membeli produk.

2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi pelanggan orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena

mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Pelanggan memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika pelanggan merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka pelanggan akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan pelanggan akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga

Pelanggan sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh pelanggan pada saat akan membeli produk tersebut.

2.3 Fasilitas Hotel

2.3.1 Definisi Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Kotler (2014: 75) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sedangkan Sulastiyono (2011: 98) mendefinisikan fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktifitas-aktifitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Fasilitas yang ditawarkan kepada pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam perkembangan perusahaan untuk masa yang akan datang, dimana fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati pelanggan, sebab dengan fasilitas yang baik dapat menimbulkan tingkat keputusan dalam pembelian terhadap barang atau jasa.

Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas hotel adalah kemudahan, keringanan, kelonggaran yang dapat untuk melakukan suatu tugas atau menunjang aktivitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk dapat dinikmati agar memberikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan kepada pelanggan. Fasilitas berorientasi pada keputusan dan selera pelanggan, maka penyediaan fasilitas harus diperhatikan agar tidak mengecewakan dan beralih ke perusahaan lain.

2.3.2 Indikator Fasilitas

Menurut Shinta (2014: 388) fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian jasa bahkan pembelian ulang. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian jasa.

Menurut Shinta (2014: 341) Fasilitas merupakan aspek penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa, oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Untuk melihat suatu baik tidaknya suatu fasilitas, perlu diperhatikan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pertimbangan Spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai/pelanggan yang melihatnya.

2. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain dayaampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahan.

3. Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan AC, meja, kursi, *internet hotspot area*, lukisan atau bacaan dan lain lain.

4. Tata Cahaya dan Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dan menimbulkan kesan rileks. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan-Pesan yang Disampaikan Secara Grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

6. Unsur Pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, menonton televisi, internet dan lain sebagainya.

2.3.3 Peranan Fasilitas

Fasilitas berperan penting dalam pembentukan persepsi pelanggan terhadap citra perusahaan. Citra perusahaan akan tergambar jelas dibenak pelanggan salah satunya melalui fasilitas yang diadakan dalam menunjang kegiatan bisnis perusahaan. Disamping itu fasilitas juga berperan dalam terselenggaranya kegiatan. Didalam fungsi pemasaran menurut Kotler (2014:44)

terdapat tiga fungsi pemasaran antara lain (1) Fungsi pertukaran, (2) Fungsi Fisis, (3) Fungsi Penyediaan sarana/fasilitas. Fasilitas berada didalam fungsi pemasaran yang berperan untuk penyediaan sarana meliputi sarana informasi, perlengkapan, keamanan, dan akses.

Menurut Komar (2014: 132) untuk menunjang kelancaran operasional hotel, disetiap departemen harus dilengkapi dengan beberapa fasilitas untuk mendukung departemen menjalankan operasionalnya. Tiap-tiap departemen mempunyai fasilitas yang berbeda, sesuai dengan fungsinya maupun tugasnya. Fasilitas ini harus ditata letaknya sesuai dengan kepentingan tiap-tiap departemen. Dibawah ini merupakan fasilitas minimal yang sudah diatur tata letaknya untuk menunjang operasional hotel dan departemen. Adapun fasilitas yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitas Penunjang Operasional Hotel
 - a. *Function Room*
 - b. *Fitness Center*
 - c. *Swimming Pool*
 - d. Fasilitas Lain
2. Fasilitas Penunjang Operasional Departemen
 - a. *General Manager and Secretary Office*
 - b. *Front Office Departement*
 - c. *Housekeeping Departement*
 - d. *Engineering Departemen*
 - e. *Food and Beverage Departement*

- f. *Personnel Manager*
- g. *Accounting Departement*
- h. *Marketing Departement*
- i. *Pos Security*

2.4 Lokasi Hotel

2.4.1 Definisi Lokasi

Pengertian teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Rondonuwu, Kelles, dan Tamengkel: 2016).

Lupiyoadi (2011:211) 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.

Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berarti tempat dimana hotel harus bermarkas dan melakukan operasi.

2.4.2 Tujuan Penetapan Lokasi

Menurut Komar (2014:421) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimisasi biaya, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda di antara lokasi yang berbeda, sementara perusahaan jasa mendapati bahwa lokasi sering memiliki dampak pendapatan daripada biaya. Oleh karena itu bagi perusahaan jasa lokasi yang spesifik sering kali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi perusahaan jasa seharusnya pada penetapan volume bisnis dan pendapatan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa antara lain adalah ditempat dengan potensi pasar yang besar. Faktor-faktor seperti kepadatan lalu lintas, kepadatan populasi dan taraf kehidupan disekitar lokasi juga menjadi faktor penting dalam pemilihan lokasi.

2.4.3 Indikator Lokasi Hotel

Meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis, tetapi faktor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Pelanggan selalu mempertimbangkan untuk berbelanja dengan melihat faktor lokasi yang sesuai. Maka untuk itu para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan penyewaan kamar/room hotel.

Menurut Tjiptono (2010: 190-191) pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

1. Akses Lokasi

Hotel harus mudah dikunjungi orang banyak. Dengan pengertian hotel hendaknya dapat dikunjungi dari arah mana saja untuk tujuan yang bermacam-macam. Untuk hotel resort lebih banyak dipilih pada daerah pegunungan yang ramai dikunjungi pada waktu libur. Akses menggambarkan lokasi yang mudah dilalui atau dijangkau oleh sarana transportasi.

2. Visibilitas

Visibilitas yaitu mudah dan dapat dilihat dengan jelas fisik bangunannya, sehingga tidak sukar dicarinya. Orang-orang yang akan menginap pada suatu hotel sangat dipengaruhi oleh pandangan pertama. Visibilitas menggambarkan lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3. Lalu Lintas (*traffic*)

Lalu lintas (*traffic*) ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

- a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* (proses pembelian tidak terencana atau spontan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus).
- b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan.

4. Tempat parkir

Tempat parkir pada suatu hotel juga sangat berpengaruh pada keputusan menginap konsumen. Fasilitas parkir yang baik tidak akan menyebabkan konflik pada ruas jalan pada lokasi tersebut. Masalah yang timbul pada fasilitas parkir apabila kebutuhan parkir tidak sesuai atau melebihi kapasitas parkir yang tersedia. Kendaraan yang tidak tertampung pada tempat parkir akan mengganggu kelancaran arus lalu lintas pada ruas jalan . Oleh karena itu tempat parkir yang luas, nyaman, aman, dan baik untuk kendaraan beroda dua maupun empat termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik lokasi terhadap konsumen.

5. Ekspansi

Ekspansi menggambarkan tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari. Ekspansi merupakan tujuan strategi perusahaan untuk berkembang pada masa yang akan datang. Dalam melakukan ekspansi harus cermat dalam menghitung biaya ekspansi dan

operasi, sehingga strategi ekspansi yang ditempuh merupakan strategi yang benar.

6. Lingkungan

Lingkungan ini menggambarkan daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Lingkungan usaha dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan. Lingkungan yang dapat mempengaruhi jalannya usaha/ perusahaan adalah lingkungan internal dan eksternal.

7. Kompetisi

Persaingan seperti yang diungkapkan oleh (Kotler, 2012) menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing.

8. Peraturan Pemerintah

Menurut Peraturan Pemerintah dalam pembangunan sebuah bangunan harus sesuai dengan peraturan yang ada.

Dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 26 Tahun 2008 tentang Persyaratan Teknis Sistem Proteksi Kebakaran Pada Bangunan Gedung dan Lingkungan disebutkan bahwa disyaratkan memiliki jalur evakuasi, APAR, alarm kebakaran, dan sebagainya.

2.5 Tingkat Hunian

2.5.1 Definisi Tingkat Hunian

Tolok ukur keberhasilan dalam usaha perhotelan adalah terletak pada kemampuan mencapai target tingkat hunian kamar (*occupancy*). Tingkat hunian kamar adalah jumlah kamar terisi/ terjual dibanding dengan seluruh jumlah kamar yang mampu dijual. Tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk dijual. Tingkat hunian kamar merupakan tolok ukur keberhasilan dari sebuah hotel. Bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Maka dari itu semua hotel selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah hunian kamarnya (Komar, 2014: 124).

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar menurut Oka Yoeti (2010:55) menuliskan bahwa harga atau tarif sewa kamar, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar atau tarif sewa kamar, dan promosi.

Penghitungan tingkat hunian kamar sangat berarti dalam dunia perhotelan karena, selain sebagai tolak ukur keberhasilan usaha yang dijalankan, juga dari perhitungan ini bisa digunakan sebagai alat perbandingan antara hotel yang bersangkutan dengan hotel lain dalam angka bisnis. Adapun untuk

memperkirakan tingkat hunian kamar bisa dilakukan pertiga hari atau sepuluh hari.

2.5.2 Indikator Tingkat Hunian Hotel

Menurut Komar (2014:421) yang dimaksud dengan tingkat hunian kamar adalah persentase dari kamar-kamar ruang terisi atau disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan kepada tamu yang diperhitungkan dalam jangka waktu, misalnya harian, bulanan atau tahunan. Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada suatu hotel yaitu :

1. Lokasi Hotel

Lokasi hotel berperan sangat besar dalam keberhasilan menarik minat tamu yang datang. Lokasi hotel yang strategis sangat memberikan keuntungan bagi pihak hotel karena pada umumnya tamu mencari hotel yang berlokasi di kawasan tertentu yang memiliki daya tarik. Misalnya sebuah hotel yang berlokasi di kawasan wisata, pusat perbelanjaan, pusat kota, pusat hiburan, dan memiliki aksesibilitas yang tinggi dengan tempat-tempat seperti bandara. Bagi hotel, lokasi yang strategis dapat memberikan keuntungan berupa posisi tawar yang lebih baik dalam menetapkan harga kamarnya. Sehingga dengan lokasi yang strategis membuat tamu lebih lama tinggal.

2. Pelayanan Hotel

Hotel perlu menetapkan standar pelayanan pada tamu yang datang sehingga tamu merasa diperhatikan dan mendapat pelayanan yang

istimewa. Standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi para tamu yang menginap di hotel tersebut.

3. Harga Kamar

Pada dasarnya penetapan harga kamar adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka dalam penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pemberian pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan bagi tamu yang datang dan menginap di hotel tersebut. Harga kamar hotel satu dengan hotel lainnya adalah berbeda. Harga kamar sebuah hotel ditentukan berdasarkan luas dan kualitas kamar, fasilitas, keadaan, dan lainnya. Macam-macam harga kamar hotel adalah sebagai berikut.

4. Promosi

Promosi pada dasarnya bertujuan untuk menginformasikan kepada banyak orang bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Pernyataan dapat dimengerti bahwa promosi sangat penting artinya dalam menentukan keberhasilan menjual kamar dari sebuah hotel melalui media-media promosi agar calon tamu dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh sebuah hotel. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat hunian kamar adalah persentase dari jumlah kamar yang terjual dibagi dengan jumlah total semua kamar yang tersedia.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau tinjauan empiris digunakan untuk mendukung teori-teori yang telah dipaparkan dan juga sebagai pendukung hipotesis yang akan ditetapkan oleh peneliti. Penelitian terdahulu yang baik adalah penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa kriteria penelitian terdahulu yaitu kesamaan variabel dengan penelitian yang dilakukan dan kesamaan metode analisis yang digunakan di dalam penelitian. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Zulkarnain, 2016	Pengaruh Harga Kamar terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapiin 1 di Tenggarong	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil dari penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga kamar dan tingkat hunian kamar di hotel Karya Tapin 1 di Tenggarong.
2.	Ahmad, Yasir 2015	Pengaruh Harga, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun hotel Sidoarjo	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian yaitu: secara simultan dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar di The Sun Hotel Sidoarjo, dimana variabel fasilitas merupakan variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat tingkat hunian kamar di The Sun Hotel Sidoarjo.

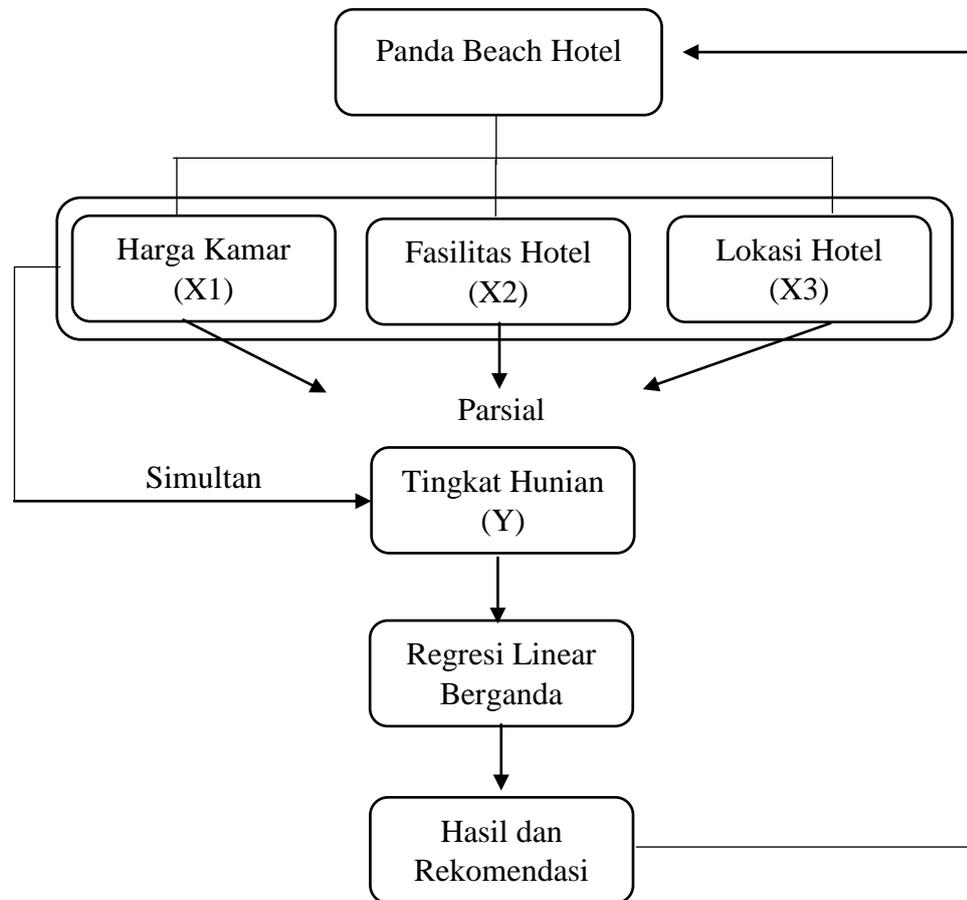
3.	Rifky Adhitya N , Rodhiyah & Saryadi 2015	Pengaruh Tarif Kamar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Horison Hotel Semarang	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dan pembahasan : tarif kamar sangat murah (70%), kualitas pelayanan sangat baik (61%), kepuasan pelanggan sangat tinggi (78%) dan loyalitas pelanggan sangat tinggi (67%). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap kepuasan pelanggan (14,4%), pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap loyalitas pelanggan (20,6%), pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (13%), pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (81,1%) dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (12,8%).
----	---	---	----------------------------------	---

2.7 Kerangka Pikir

Menurut Noor (2017: 76) kerangka berpikir atau kerangka pikir adalah merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah di identifikasikan penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel

penelitian secara lebih terperinci. Tidak hanya mendefinisikan variabel tadi, tetapi juga menjelaskan keterkaitan di antara variabel tadi. Dalam menguraikan kerangka pikir, peneliti tidak sekadar memfokuskan pada variabel penelitiannya saja tetapi juga harus menghubungkan konsep penelitian dalam kerangka yang lebih luas lagi.

Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari tiga yaitu harga kamar, fasilitas, dan lokasi hotel, dan terdapat satu variabel dependen yaitu tingkat hunian kamar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan analisis regresi linear berganda. Adapun kerangka pikir penelitian dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2.8 Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian seperti pada uraian di bawah ini:

1. Diduga harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.
2. Diduga harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.

3. Diduga harga kamar merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi tingkat hunian kamar pada Pada Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Panda Beach Hotel yang terletak di Jalan Ujung Mori, Dusun Tanetang, Desa Bira, Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Desember-Maret 2020 dan penyusunan hasil penelitian telah selesai pada April 2020.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan informasi melalui penelitian dengan metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*): Adalah metode penelitian yang dilakukan melalui rujukan beberapa literatur sebagai dasar dan tinjauan yang dijadikan sebagai landasan teoritis.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*): Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi, penyebaran kuesioner, dokumentasi dan wawancara.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Adapun penjelasan mengenai jenis data, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitatif : Adalah sumber data yang bersifat pemahaman akan fenomena yang terjadi di lapangan. Jenis data yang dihasilkan dari kualitatif adalah data-data yang berupa penjelasan deskriptif, dan kata-kata tertulis (Noor, 2017: 38).
2. Kuantitatif : Adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel yang diukur (dengan menggunakan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2017: 38).

3.3.2 Sumber Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dapat dilakukan penelitian kepustakaan dan penyebaran kuesioner. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan kata-kata dan disusun dalam teks yang diperluas. Adapun jenis dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan bersangkutan dan dari responden dengan memberikan pernyataan dalam bentuk kuesioner kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain yang meliputi:
 - a. Informan atau subjek penelitian yang ada.
 - b. Data yang berwujud dokumenter, yang terbentuk kajian pustaka, berkas-berkas, catatan-catatan tertulis, dan bagan yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugino (2017: 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun populasi yang digunakan yaitu seluruh konsumen hotel yang telah menginap selama 5 tahun terakhir dengan jumlah sebanyak 17.760 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiono (2017: 118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk penentuan sampel, penulis menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama dengan yang lainnya untuk jadi anggota sampel.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan dari rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan ditolerir sebesar 10% dengan formula sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = Error level (tingkat kesalahan), umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan 0,1 atau 10%.

Elemen populasi (N) = 17.760

$$n = \frac{17.760}{1 + (17.760 \times 0,1^2)} = 99,4 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

3.5 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan peneliti yaitu regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, uji T dan uji F. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2012: 45) uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item – total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2017: 165-166) keandalan pengukuran dengan menggunakan *Alpha Cronbach* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/buti dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Tentang uji realibilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

- a. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
- b. Uji realibilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
- c. Jika nilai $\alpha > 0.60$, disebut reliabel.

3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Adapun rumus regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Tingkat Hunian

X₁ = Harga Kamar

X₂ = Fasilitas

X₃ = Lokasi

b₀ = Konstanta

b₁, b₂, b₃, = Koefisien Regresi

e = *Error Standard*

3.5.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam persamaan regresi berganda secara parsial. Uji t juga dilakukan untuk menguji kebenaran koefisien regresi dan melihat apakah

koefisien regresi yang diperoleh signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi (α) sebesar 5%. Adapun rumus hipotesa statistiknya (Umar, 2014: 73). adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Observasi

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya observasi

3.5.4 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen atau variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau variable terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ atau 0,05
2. Menghitung Uji F (*F-Test*)

$$F \text{ Hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi gabungan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gozhali (2012: 97) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang mengecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap Y, yaitu dengan cara :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

R= Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel yang diteliti

X = Variabel independen

Y = Variabel terikat

3.6 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017: 58) definisi operasional diperlukan untuk mengetahui jenis dan indikator serta skala dari variabel-variabel dalam penelitian. Didalam definisi operasional semua konsep yang ada dalam penelitian harus dibuat batasan dalam istilah operasional. Dalam penelitian ini batasan konsep tersebut mengacu pada variabel, definisi variabel, indikator variabel penelitian, dan pengukuran yang digunakan. Variabel dalam penelitian ini adalah harga kamar,

fasilitas, lokasi, dan tingkat hunian sebagai. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga Kamar (X1)	Harga kamar merupakan suatu nominal yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk suatu kamar yang ingin di tempati/sewa dalam jangka waktu tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. 	<i>Likert</i> 5,4,3,2,1
Fasilitas Hotel (X2)	Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk dapat dinikmati agar memberikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan kepada pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan spasial 2. Perencanaan ruang 3. Perlengkapan/per obotan 4. Tata cahaya dan warna 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis 6. Unsur pendukung 	<i>Likert</i> 5,4,3,2,1
Lokasi Hotel (X3)	lokasi berarti tempat dimana hotel harus bermarkas dan melakukan operasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses lokasi 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Kompetisi 	<i>Likert</i> 5,4,3,2,1
Tingkat Hunian(Y)	Tingkat hunian kamar adalah jumlah kamar terisi/ terjual dibanding dengan seluruh jumlah kamar yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi hotel 2. Pelayanan hotel 3. Harga kamar 4. Promosi 	<i>Likert</i> 5,4,3,2,1

	mampu dijual. Tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk dijual.		
--	--	--	--

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2020

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Profil Panda Beach Hotel

Panda Beach Hotel terletak di Bira, menghadap ke pantai, Panda Beach Hotel menawarkan akomodasi bintang 1, bar dan teras. Berbagai fasilitas akomodasi di antaranya adalah restoran, resepsionis 24 jam, layanan kamar, dan Wi-Fi gratis. Terdapat juga tempat parkir pribadi gratis dan layanan antar-jemput bandara berbayar. Semua unit di guest house ini memiliki AC, TV layar datar dengan saluran satelit, pemutar DVD, dan kamar mandi pribadi dengan bidet dan perlengkapan mandi gratis. Semua kamar menyediakan meja dan teko. Di Bira Panda Beach hotel, pelanggan dapat menikmati sarapan continental.

Panda Beach Hotel menawarkan teras yang menghadap langsung ke pantai Bira. Daerahnya populer untuk bersepeda, dan rental mobil tersedia di akomodasi. Resepsionisnya yang fasih berbahasa Inggris dan Indonesia siap membantu Anda setiap saat.

Panda Beach Bira Hotel menawarkan berbagai jenis kamar yang dapat ditempati oleh para wisatawan, antara lain:

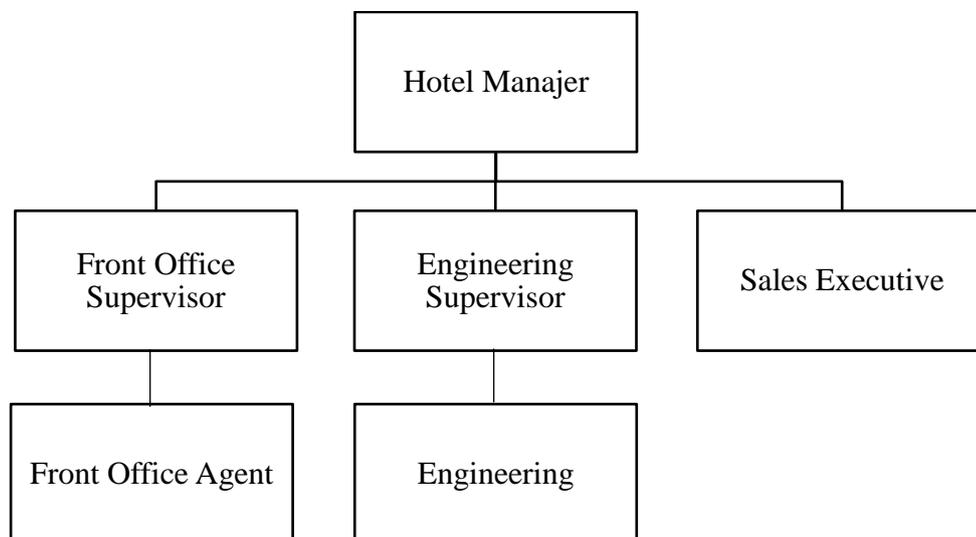
- *Standar Small* Rp 350.000
- *Standar Big* Rp 500.000
- *Deluxe Single* Rp 1.150.000
- *Deluxe Twin* Rp 1.000.000

- *Deluxe Twin View* Rp 1.300.000
- *Deluxe Single View* Rp 1.200.000

Jenis kamar dan harga kamar yang ditawarkan dapat dipesan secara *off line* dan *online*. Pemesanan secara *off line* dapat dilakukan dengan menghubungi langsung front office Panda Beach Bira Hotel, sedangkan pemesanan secara *online* dapat diakses melalui booking.com, traveloka.com, pegipegi.com, expedia.com, tiket.com, dan agoda.com.

4.1.2 Struktur Organisasi Panda Beach Bira Hotel

Adapun struktur organisasi Panda Beach Bira Hotel seperti pada gambar 4.1 di bawah ini:



Gambar 4.1: Struktur Organisasi Panda Beach Bira Hotel

Sumber : Data Internal *Front Office Supervisor* Panda Beach Bira Hotel, 2020.

4.1.3 Visi dan Misi Panda Beach Hotel

1. Visi

Untuk secara cepat menjadi hotel yang yang mendapatkan keuntungan dari pasar wisata Pantai Tanjung Bira.

2. Misi

Untuk mencapai koneksi yang bernilai dengan wisatawan yang berpikiran ekonomis, dengan menggabungkan pengalaman menginap yang nyaman, bersih, berkualitas tinggi dan konsisten dengan harga yang kompetitif, dan dilayani oleh orang yang ramah, positif dan profesional.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden penelitian berdasarkan usia dikategorikan menjadi beberapa rentang usia yaitu usia di bawah 20 tahun, usia antara 21 sampai 30 tahun, usia antara 31 sampai 40 tahun, usia antara 41 sampai 50 tahun, dan usia di atas 51 tahun. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Umur	Frekuensi	Presentase
1.	< 20	3	3%
2.	21 - 30	37	37%
3.	31 - 40	26	26%

4.	41 - 50	22	22%
5.	> 51	12	12%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.1 di atas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 3 orang responden berusia di bawah 20 tahun, sebanyak 37 orang responden berusia antara 21 sampai 30 tahun, sebanyak 26 orang responden berusia antara 31 sampai 40 tahun, sebanyak 22 orang responden berusia antara 41 sampai 50 tahun, dan sebanyak 12 orang responden berusia di atas 51 tahun.

Dari hasil tabel 4.1 tersebut diketahui bahwa responden dengan karakteristik usia paling sedikit dalam penelitian ini adalah usia di bawah 20 tahun, hal tersebut disebabkan karena di usia tersebut mayoritas masih menempuh dan masih takut untuk berlibur tanpa keluarga. Dari ke tiga responden tersebut usia mereka berkisar antara 18 sampai 19 tahun. Selanjutnya, untuk jumlah responden dengan kuantitas terbanyak adalah responden yang memiliki rentang usia antara 21 hingga 30 tahun, hal tersebut disebabkan karena mayoritas yang melakukan liburan dan menginap di Panda Beach Bira Hotel adalah mereka yang memiliki profesi sebagai karyawan swasta dan berusia disekitar 21 sampai 30 tahun.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dikategorikan dalam laki-laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 48 orang responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 48%, dan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang dengan persentase 52%. Diketahui bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan dengan persentase 52%, hal tersebut disebabkan karena jumlah pelanggan hotel yang menginap di Panda Beach Bira Hotel kebanyakan adalah perempuan yang melakukan liburan bersama keluarganya. Walaupun berlibur bersama keluarga, dalam hal reservasi perempuanlah yang secara kuantiti lebih banyak dibandingkan dengan jumlah reservasi pelanggan/tamu laki-laki yang hanya 48%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan dikategorikan menjadi beberapa kategori tingkat Pendidikan yaitu SD, SMP, SMA/SMK, S1, S2, dan S3. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	3	3%
3	SMA/SMK	44	44%
4	S1	46	46%
5	S2	6	6%
6	S3	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa tidak ada responden dalam penelitian ini yang berlatar belakang Pendidikan SD (Sekolah Dasar), sebanyak 3 orang responden dalam penelitian ini berpendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama), sebanyak 44 orang responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA/SMK (Sekolah Menengah Atas/Kerujuan), sebanyak 46 orang responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan S1 (Sarjana), sebanyak 6 orang responden dalam penelitian ini berpendidikan S2 (Master/ Magister), dan sebanyak 1 orang responden dalam penelitian ini berpendidikan S3 (Doktor).

Hasil dari perhitungan jumlah responden berdasarkan tingkat Pendidikan diketahui bahwa mayoritas responden adalah mereka yang memiliki latar belakang Pendidikan S1 (Sarjana) dengan persentase sebesar 46% dari total sampel (100). Hal tersebut disebabkan karena mayoritas responden tersebut adalah karyawan dan wiraswasta yang memiliki tingkat Pendidikan S1. Responden-responden tersebut adalah mereka yang dari perkotaan melakukan

liburan di hari-hari *weekend* bersama teman-teman mereka. Selain daripada itu, hasil wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa mayoritas dari mereka sudah menjadwalkan untuk berlibur ke Pantai Bira pada hari-hari libur (*weekend*).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi beberapa kategori pekerjaan antara lain; Karyawan Swasta, Pegawai Negeri Sipil, Wiraswasta, dan Pelajar/Mahasiswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Karyawan Swasta	41	41%
2	Pegawai Negeri Sipil	19	19%
3	Wiraswasta	37	37%
4	Pelajar/Mahasiswa	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 41 orang responden adalah Karyawan Swasta, sebanyak 19 orang responden adalah Pegawai Negeri Sipil, sebanyak 37 orang responden adalah Wiraswasta/Pengusaha, dan sebanyak 3 orang responden adalah Pelajar/Mahasiswa. Hasil dari tabel 4.4 tersebut diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Karyawan Swasta dengan persentase sebesar 41%. Hal tersebut disebabkan karena karyawan-karyawan swasta ketika berlibur biasanya bersama-sama dengan teman-

teman mereka, sehingga tingkat hunian di Panda Beach Bira Hotel didominasi oleh tamu yang berprofesi sebagai Karyawan Swasta.

4.2.2 Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik merupakan bentuk perhitungan dalam statistik yang bertujuan untuk mengetahui deskripsi nilai-nilai dalam instrumen penelitian (kuesioner). Deskriptif statistik mendeskripsikan nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai tengah dari sebaran nilai yang dianalisis. Untuk lebih jelasnya, berikut hasil dari analisis deskriptif statistik:

Tabel 4.5
Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	100	17	32	24,92	3,329
Fasilitas Hotel	100	30	46	37,76	3,576
Lokasi Hotel	100	37	56	48,17	3,665
Tingkat Hunian	100	33	48	41,07	3,358
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS 26, 2020.

Tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel harga memiliki nilai minimum sebesar 17, nilai maksimum sebesar 32, nilai tengah sebesar 24,92. Untuk variabel fasilitas hotel memiliki nilai minimum sebesar 30, nilai maksimum sebesar 46, nilai tengah sebesar 37,76. Untuk variabel lokasi hotel, nilai minimumnya sebesar 37, nilai maksimum sebesar 56 dan nilai tengah sebesar 48,17. Untuk variabel tingkat hunian, nilai minimumnya adalah 33, nilai maksimum sebesar 48, dan nilai tengah sebesar 41,07.

Hasil dari deskriptif statistik tersebut diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai tengah yang mengarah ke nilai maksimum yang berarti semua indikator-indikator dalam kuesioner penelitian dalam kategori baik atau layak digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian.

4.2.3 Analisis Tanggapan Responden

1. Tanggapan Responden Variabel Harga

Kuesioner penelitian dalam variabel harga terdiri dari 8 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan tersebut terdiri dari pernyataan *favourable* dan *unfavourable* yang dikemukakan berdasarkan indikator-indikator harga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Variabel Harga

No	Pernyataan	Pengukuran					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Harga kamar yang ditawarkan terjangkau.	29	69	2	0	0	100
2	Harga kamar yang ditawarkan tidak dapat dijangkau semua kalangan.	0	0	33	41	26	100
3	Harga dan kualitas kamar sesuai ekspektasi pelanggan.	29	68	3	0	0	100
4	Harga dan kualitas kamar yang ditawarkan tidak sesuai ekspektasi pelanggan.	0	0	26	34	40	100
5	Terdapat kesesuaian antara harga kamar yang ditawarkan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan	33	61	6	0	0	100
6	Harga kamar yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.	0	2	21	43	34	100

7	Harga kamar yang ditawarkan seperti harga kamar hotel pada umumnya di lingkungan Bira.	32	62	6	0	0	100
8	Harga kamar yang ditawarkan lebih mahal dibanding harga kamar hotel pada umumnya di lingkungan Bira.	0	0	29	44	27	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa untuk opsi jawaban Sangat Setuju (SS) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 5. Hal tersebut disebabkan karena sebanyak 33 orang pelanggan merasa bahwa terdapat kesesuaian antara harga kamar yang ditawarkan Panda Beach Bira Hotel dengan manfaat yang dirasakan pelanggan, dengan kata lain pelanggan merasa puas dengan harga yang ditawarkan tersebut. Untuk opsi jawaban Setuju (S) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 1. Hal tersebut disebabkan karena pelanggan merasa bahwa harga kamar yang ditawarkan oleh Panda Beach Bira Hotel terjangkau. Untuk opsi jawaban Kurang Setuju (KS) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 2. Hal tersebut disebabkan, pelanggan merasa bahwa kamar yang ditawarkan sudah sesuai dengan ekspektasi mereka dan mereka menanggapi pernyataan kedua dengan tanggapan Kurang Setuju (KS). Untuk opsi jawaban Tidak Setuju (TS) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 8. Hal tersebut disebabkan karena menurut 44 orang responden, harga kamar yang ditawarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan hotel lain yang berada disekitar Pantai Bira. Selanjutnya, untuk opsi jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 4. Hal tersebut disebabkan karena menurut 40 orang responden, harga kamar dan

kualitas kamar yang ditawarkan pihak Panda Beach Hotel sudah memenuhi ekspektasi mereka, sehingga untuk pernyataan “Harga dan kualitas kamar yang ditawarkan tidak sesuai ekspektasi pelanggan” mereka menanggapi dengan pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju, atau dengan kata lain mayoritas responden menanggapi positif untuk variabel harga kamar yang ditawarkan Panda Beach Bira Hotel.

2. Tanggapan Responden Variabel Fasilitas Hotel

Kuesioner penelitian dalam variabel fasilitas hotel terdiri dari 12 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan tersebut terdiri dari pernyataan *favourable* dan *unfavourable* yang dikemukakan berdasarkan indikator-indikator fasilitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Variabel Fasilitas Hotel

No	Pernyataan	Pengukuran					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Tata ruang Hotel Panda Beach menarik.	29	64	7	0	0	100
2.	Tata ruang seperti letak kursi, meja, dan perlengkapan lain tidak proporsional.	0	0	32	44	24	100
3.	Desain arsitektur seperti perabotan, perlengkapan, dan aliran sirkulasi udara sangat baik.	30	67	3	0	0	100
4.	Desain arsitektur tidak menunjang menginap anda.	0	0	26	56	18	100
5.	Perabotan hotel seperti AC, meja, kursi, Internet memberikan kenyamanan kepada pelanggan.	31	65	3	1	0	100
6.	Perabotan hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk	0	0	21	59	19	100

	menunjang aktivitas menginap.						
7.	Tata cahaya dalam kamar hotel membuat nyaman.	29	66	5	0	0	100
8.	Tata cahaya tidak sesuai dengan suasana lingkungan hotel.	0	0	29	44	27	100
9.	Pesan-pesan grafis berupa lukisan tidak membuat nyaman pengunjung.	0	0	27	46	27	100
10.	Terdapat lukisan-lukisan yang dapat membuat nyaman pengunjung hotel.	25	65	10	0	0	100
11.	Fasilitas hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk menunjang aktivitas menginap.	0	0	31	47	22	100
12.	Fasilitas seperti tempat ibadah, toilet, dan tempat parkir membuat pengunjung puas.	24	74	2	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Hasil dari tanggapan responden yang ditunjukkan tabel 4.7 di atas diketahui bahwa frekuensi tertinggi untuk opsi jawaban Sangat Setuju (SS) terdapat pada item nomor 5. Hal tersebut disebabkan karena menurut 31 orang responden Perabotan hotel seperti AC, meja, kursi, Internet memberikan kenyamanan kepada mereka. Untuk opsi jawaban Setuju (S) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 7. Hal tersebut disebabkan karena sebanyak 66 orang responden merasakan bahwa tata cahaya dalam kamar hotel membuat nyaman. Untuk opsi jawaban Kurang Setuju (KS) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 11. Hal tersebut disebabkan sebanyak 31 orang responden kurang setuju dengan pernyataan unfavourable pada item nomor 11 yang berbunyi “Fasilitas hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk menunjang aktivitas menginap”. Dengan kata lain, responden menanggapi

bahwa fasilitas yang ada telah menunjang aktivitas mereka menginap. Pada opsi jawaban Tidak Setuju (TS) yang memiliki frekuensi tertinggi ditunjukkan pada item nomor 6. Hal tersebut disebabkan karena mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan kuesioner yang berbunyi “Perabotan hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk menunjang aktivitas menginap”. Dengan kata lain, perabotan hotel telah memadai aktivitas menginap para tamu. Pada opsi jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang memiliki frekuensi tertinggi ditunjukkan item nomor 8 dan 9. Hal tersebut berarti tata cahaya dan pesan-pesan grafis berupa lukisan benar-benar memengaruhi kepuasan konsumen serta kenyamanan mereka sewaktu menginap di Panda Beach Bira Hotel.

3. Tanggapan Responden Variabel Lokasi Hotel

Kuesioner penelitian dalam variabel lokasi hotel terdiri dari 14 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan tersebut terdiri dari pernyataan *favourable* dan *unfavourable* yang dikemukakan berdasarkan indikator-indikator lokasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Variabel Lokasi Hotel

No	Pernyataan	Pengukuran					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Akses ke lokasi hotel mudah dijangkau oleh transportasi.	32	64	4	0	0	100
2.	Akses ke lokasi jauh dari jalur transportasi.	0	1	46	39	14	100
3.	Lokasi hotel mudah ditemukan.	41	55	4	0	0	100
4.	Lokasi hotel tersembunyi dan sulit ditemukan.	1	0	48	29	22	100

5.	Lalu lintas ke area hotel tidak macet.	51	49	0	0	0	100
6.	Lalu lintas ke area hotel padat.	0	0	60	38	2	100
7.	Tempat parkir hotel cukup memadai untuk banyak kendaraan.	50	48	2	0	0	100
8.	Tempat parkir kecil/tidak memadai untuk banyak kendaraan.	0	1	64	31	4	100
9.	Terdapat tempat yang cukup luas di area hotel.	38	58	4	0	0	100
10.	Tidak ada area <i>space</i> di area hotel.	0	0	57	41	2	100
11.	Lingkungan hotel menunjang aktivitas berlibur.	38	56	6	0	0	100
12.	Lingkungan hotel tidak menunjang aktivitas berlibur.	0	0	63	31	6	100
13.	Kualitas pelayanan yang di berikan baik, seperti pada pelayanan hotel lainnya di lingkungan Bira.	46	52	2	0	0	100
14.	Kualitas hotel seperti kualitas pelayanan dan fasilitas lebih rendah dibanding hotel-hotel lain di lingkungan Pantai Bira.	0	1	58	29	12	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Hasil dari tanggapan responden yang ditunjukkan tabel 4.8 di atas diketahui bahwa frekuensi tertinggi untuk opsi jawaban Sangat Setuju (SS) terdapat pada item nomor 5. Hal tersebut disebabkan Lalu lintas ke area hotel tidak macet. Untuk opsi jawaban Setuju (S) yang memiliki frekuensi tertinggi terdapat pada item nomor 1, hal tersebut disebabkan karena akses ke lokasi hotel mudah dijangkau oleh transportasi. Untuk opsi jawaban Kurang Setuju (KS) mayoritas responden menanggapi item nomor 8, hal tersebut disebabkan mayoritas

responden kurang setuju dengan pernyataan kuesioner yang berbunyi “Tempat parkir kecil/tidak memadai untuk banyak kendaraan”. Dengan kata lain, tempat parkir yang disediakan Panda Beach Bira Hotel memadai untuk banyak kendaraan. Untuk opsi jawaban Tidak Setuju (TS) yang memiliki frekuensi tertinggi ditunjukkan item nomor 10, hal tersebut disebabkan karena mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan yang berbunyi “Tidak ada area *space* di area hotel”. Dengan kata lain, terdapat *space* area di kawasan Panda Beach Bira Hotel. Untuk opsi jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang memiliki frekuensi tertinggi ditunjukkan pada item pernyataan nomor 4, hal tersebut disebabkan sebanyak 22 orang responden menanggapi bahwa mereka Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan yang berbunyi “Lokasi hotel tersembunyi dan sulit ditemukan”. Dengan kata lain, lokasi hotel mudah ditemukan karena berada disekitar Pantai Bira.

4. Tanggapan Responden Variabel Tingkat Hunian

Kuesioner penelitian dalam variabel tingkat hunian terdiri dari 12 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan tersebut terdiri dari pernyataan dikemukakan berdasarkan indikator-indikator tingkat hunian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Variabel Tingkat Hunian

No	Pernyataan	Pengukuran					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena lokasi hotel mudah diakses.	41	58	1	0	0	100

2.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena banyak transportasi untuk akses ke lokasi Hotel.	0	0	40	51	9	100
3.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan ekspektasi anda.	49	49	2	0	0	100
4.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena keramahan para staf Hotel.	0	0	65	32	3	100
5.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena fasilitas yang ditawarkan dapat menunjang aktivitas berlibur anda di Pantai Bira.	52	44	4	0	0	100
6.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach karena banyak spot untuk berfoto.	0	0	54	46	0	100
7.	Anda memutuskan menginap di Panda Beach Hotel karena kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan.	47	49	4	0	0	100
8.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena desain bangunan bagus.	1	1	46	52	0	100
9.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena promosi yang ditawarkan pihak hotel menarik minat anda untuk melakukan pemesanan kamar.	33	56	11	0	0	100
10.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena mendapat potongan harga/diskon dari pihak hotel.	0	0	43	48	9	100
11.	Anda memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel karena rekomendasi dari teman.	39	52	9	0	0	100
12.	Anda memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel karena informasi dari sosial media.	0	0	51	43	6	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Tabel 4.9 di atas dapat dijelaskan bahwa, frekuensi jawaban tertinggi untuk opsi jawaban Sangat Setuju (SS) ditunjukkan item nomor 5, hal tersebut disebabkan karena para tamu hotel memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena fasilitas yang ditawarkan dapat menunjang aktivitas berlibur mereka di Pantai Bira. Untuk opsi jawaban Setuju (S) dengan frekuensi tertinggi ditunjukkan item nomor 1, hal tersebut disebabkan karena para tamu hotel memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena lokasi hotel mudah diakses. Untuk opsi jawaban Kurang Setuju (KS) ditunjukkan item nomor 4, hal tersebut disebabkan para tamu hotel memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel bukan karena keramahan para staf hotel, namun karena kebutuhan berlibur mereka sesuai dengan fasilitas dan harga serta pelayanan yang diberikan dari pihak hotel. Untuk opsi jawaban Tidak Setuju (TS) dengan frekuensi tertinggi ditunjukkan item nomor 8, hal tersebut disebabkan karena para tamu tidak memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena desain bangunan bagus, namun kebutuhan dan keinginan mereka. Selanjutnya, untuk opsi Sangat Tidak Setuju (STS) dengan frekuensi jawaban tertinggi ditunjukkan pada item nomor 2 dan 10, hal tersebut disebabkan karena para tamu hotel memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel bukan karena banyak transportasi untuk akses ke lokasi Hotel. Mayoritas dari tamu menggunakan kendaraan pribadi, dan mayoritas tamu hotel berasal dari luar kota yang mengharuskan mereka memilih menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan dengan kendaraan umum, jadi dapat disimpulkan bahwa transportasi umum ke lokasi hotel tidak memengaruhi tamu hotel untuk memilih menggunakan Panda Beach Hotel sebagai tempat menginap

jika hanya melihat dari aspek transportasi untuk akses ke lokasi hotel. Dan pada item nomor 10, para tamu hotel tidak semuanya mendapatkan potongan harga. Potongan harga didapatkan dari aplikasi penyewaan kamar hotel yang dimana antara satu aplikasi dengan aplikasi lain tidak memberikan potongan harga yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa potongan harga untuk kamar hotel yang disewakan tidak menjamin pilihan para tamu untuk melakukan pemesanan kamar hotel di Panda Beach Hotel.

4.2.4 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar daripada nilai r hitung maka dapat dinyatakan kuesioner atau variabel yang diukur valid, jika sebaliknya maka dinyatakan bahwa kuesioner atau variabel yang diukur tidak valid atau tidak layak sebagai alat pengumpul data penelitian. Untuk mengetahui nilai r tabel dilakukan dengan persamaan $n - k$ ($100-4$). Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel yang diteliti. Jadi hasil untuk nilai r tabel dengan distribusi 96 adalah 0,198. Berikut tabel 4.10 untuk hasil pengujian validitas pada penelitian ini:

Tabel 4.10
Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X1)	Item 1	0,423	0,198	Valid
	Item 2	0,697	0,198	Valid
	Item 3	0,601	0,198	Valid

	Item 4	0,663	0,198	Valid
	Item 5	0,703	0,198	Valid
	Item 6	0,679	0,198	Valid
	Item 7	0,611	0,198	Valid
	Item 8	0,626	0,198	Valid
Fasilitas (X2)	Item 1	0,480	0,198	Valid
	Item 2	0,449	0,198	Valid
	Item 3	0,396	0,198	Valid
	Item 4	0,490	0,198	Valid
	Item 5	0,308	0,198	Valid
	Item 6	0,434	0,198	Valid
	Item 7	0,395	0,198	Valid
	Item 8	0,555	0,198	Valid
	Item 9	0,450	0,198	Valid
	Item 10	0,654	0,198	Valid
	Item 11	0,515	0,198	Valid
	Item 12	0,540	0,198	Valid
Lokasi (X3)	Item 1	0,384	0,198	Valid
	Item 2	0,569	0,198	Valid
	Item 3	0,508	0,198	Valid
	Item 4	0,591	0,198	Valid
	Item 5	0,430	0,198	Valid
	Item 6	0,444	0,198	Valid
	Item 7	0,325	0,198	Valid
	Item 8	0,452	0,198	Valid
	Item 9	0,538	0,198	Valid
	Item 10	0,325	0,198	Valid
	Item 11	0,460	0,198	Valid
	Item 12	0,237	0,198	Valid

	Item 13	0,443	0,198	Valid
	Item 14	0,341	0,198	Valid
Tingkat Hunian (Y)	Item 1	0,412	0,198	Valid
	Item 2	0,657	0,198	Valid
	Item 3	0,444	0,198	Valid
	Item 4	0,394	0,198	Valid
	Item 5	0,337	0,198	Valid
	Item 6	0,284	0,198	Valid
	Item 7	0,593	0,198	Valid
	Item 8	0,357	0,198	Valid
	Item 9	0,447	0,198	Valid
	Item 10	0,657	0,198	Valid
	Item 11	0,488	0,198	Valid
	Item 12	0,636	0,198	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Hasil pengujian validitas yang ditunjukkan tabel 4.10 di atas menjelaskan bahwa semua item dalam variabel penelitian yang diteliti memiliki nilai r hitung > r tabel, hal tersebut berarti penelitian ini memenuhi kriteria pengujian validitas dan data penelitian layak sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu bentuk pengujian instrumen penelitian dimana pengukurannya dengan membandingkan nilai *Cronbach alpha* dengan nilai batas (0,6). Apabila nilai *Cronbach alpha* yang dihasilkan variabel penelitian > daripada nilai batas (0,6) maka dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian yang diukur dalam kuesioner dikatakan reliabel atau handal, apabila sebaliknya maka

dinyatakan tidak reliabel atau tidak handal. Adapun hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Harga (X ₁)	0,776	0,6	Reliabel
Fasilitas (X ₂)	0,689	0,6	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,666	0,6	Reliabel
Tingkat Hunian (Y)	0,698	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Hasil dari pengujian reliabilitas di atas diketahui bahwa semua nilai *Cronbach alpha* variabel penelitian > nilai batas (0,6) jadi dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel penelitian ini memenuhi kriteria pengujian reliabilitas yang berarti data penelitian reliabel atau handal sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda berguna dalam mengestimasi nilai variabel dependen dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Adapun hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi	Keterangan
Harga (X_1)	0,502	0,000	Signifikan
Fasilitas (X_2)	0,217	0,000	Signifikan
Lokasi (X_3)	0,277	0,000	Signifikan
Konstanta	6,994	0,000	Signifikan
F	155,177		
Prob F	0,000		
R	0,911		
R Square	0,829		

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Berdasarkan hasil diatas maka, persamaan tersebut dapat diterjemahkan dengan cara berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,994 menyatakan bahwa jika nilai variabel Harga (X_1), Fasilitas (X_2), dan Lokasi (X_3) konstan (0) maka Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel sebesar 6,994.
2. Koefisien regresi Harga (X_1) sebesar 0,502, artinya jika nilai variabel harga (X_1) bertambah sebesar 1, maka akan berdampak terhadap kenaikan Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel sebesar 0,502. Jika nilai variabel Harga (X_1) berkurang sebesar 1, maka akan berdampak terhadap penurunan Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel sebesar 0,502.
3. Koefisien regresi Fasilitas (X_2) sebesar 0,217 artinya jika nilai variabel Fasilitas (X_2) bertambah sebesar 1, maka akan berdampak terhadap

kenaikan Tingkat Hunian sebesar 0,217. Namun, jika nilai variabel Fasilitas (X_2) berkurang sebesar 1, maka akan berdampak terhadap penurunan Tingkat Hunian (Y) sebesar 217.

4. Koefisien regresi Lokasi (X_3) sebesar 0,277 artinya jika nilai variabel Lokasi (X_3) bertambah sebesar 1, maka akan berdampak terhadap kenaikan Tingkat Hunian (Y) sebesar 0,277. Namun, jika nilai variabel Lokasi (X_3) berkurang sebesar 1, maka akan berdampak terhadap penurunan Tingkat Hunian sebesar 0,277.
5. Variabel yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat hunian adalah variabel harga (X_1), hal tersebut disebabkan karena nilai koefisien regresi yang dihasilkan dalam analisis regresi linear berganda adalah yang paling tinggi dibandingkan dengan dua variabel independen lainnya dengan nilai sebesar 0,502.

4.2.6 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri variabel independen terhadap variabel dependen. Pengukuran uji parsial dapat diukur dengan melihat nilai t hitung dengan nilai signifikansi. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Bila nilai signifikansi yang dihasilkan $<$ 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun nilai t tabel dapat diketahui dengan rumus seperti pada di bawah ini:

$$DF = n - k$$

Keterangan

DF = *Degree of Freedom* (Derajat Kebebasan) 0,05

n = Jumlah sampel yang digunakan (100)

k = Jumlah variabel penelitian (4)

Maka = $100 - 4 = 96$

Berdasarkan persamaan di atas yang bertujuan untuk mengetahui t tabel, maka selanjutnya persamaan tersebut dimasukkan pada formula excel dengan rumus (=TINV(0,05;96), maka didapatkan nilai t tabel 1,985. Adapun hasil pengujian parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.13
Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a					
	(Constant)	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1		6,994	1,929		3,626	0,000
	Harga	0,502	0,062	0,498	8,156	0,000
	Fasilitas	0,217	0,060	0,231	3,614	0,000
	Lokasi	0,277	0,054	0,303	5,176	0,000

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian parsial yang ditunjukkan tabel 4.9 di atas maka dapat diuraikan hasil pengujian tersebut sebagai berikut:

1. Nilai t hitung variabel Harga (X_1) sebesar $8,156 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel.
2. Nilai t hitung variabel Fasilitas (X_2) sebesar $3,614 > 1,985$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel.

3. Nilai t hitung variabel Lokasi (X_3) sebesar $5,176 > 1,985$, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian pada Panda Beach Hotel.

4.2.7 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun cara pengukurannya adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila nilai F hitung $>$ F tabel, maka dapat dikatakan variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Selanjutnya, apabila nilai signifikansi $<$ 0,05 maka dapat dikatakan variabel-variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun rumus untuk mendapatkan nilai F tabel adalah sebagai berikut:

$$DF\ 1 = K - 1$$

$$DF\ 2 = n - k$$

Keterangan:

$$DF\ 1 = \text{Degree of Freedom 1} (4 - 1 = 3)$$

$$DF\ 2 = \text{Degree of Freedom 2} (100 - 4 = 96)$$

Kemudian persamaan tersebut dimasukkan kedalam formula excel dengan rumus $(=FINV(\text{probability}; DF1;DF2))$. Maka didapatkan nilai F tabel adalah 2,699. Untuk hasil pengujian simultan dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini

Tabel 4.14**Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	925,630	3	308,543	155,177	.000 ^b
	Residual	190,880	96	1,988		
	Total	1116,510	99			

a. Dependent Variable: Tingkat Hunian
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Fasilitas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Hasil pengujian simultan yang ditunjukkan tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung sebesar $155,177 >$ nilai F tabel (2699), dan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,005$. Berdasarkan pada hasil pengujian simultan di atas maka dapat disimpulkan harga, fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel.

4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu metode dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	0,829	0,824	1,410
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Fasilitas				

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang ditunjukkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai R Square yang dihasilkan sebesar 0,829 atau 82,9% yang berarti secara bersama-sama harga, fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel sebesar 82,9%. Sisanya sebesar 17,1% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan,

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Hunian

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diketahui bahwa koefisien regresi harga bertanda positif yang berarti memiliki pengaruh yang positif dalam memprediksi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Selanjutnya dalam pengujian parsial, didapatkan hasil nilai t hitung > t tabel, serta nilai signifikansi < 0,05, jadi berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat hunian kamar di Panda Beach Hotel dapat dibentuk melalui variabel harga. Harga yang ditetapkan pihak manajemen hotel dapat menunjukkan

kualitas suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh hotel. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam menetapkan harga kamar, Panda Beach Hotel menggunakan cara seperti layaknya industri perhotelan lainnya yang mengarah pada pemberian *discount and allowance*, baik kepada konsumen langsung maupun promosi di media sosial yang berujuan untuk menaikkan tingkat penjualan kamar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menganalisis pengaruh harga terhadap tingkat hunian, seperti penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain (2016) yang berjudul “Pengaruh Harga Kamar terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapiin 1 di Tenggaraong”. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa harga kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian pada Hotel Karya Tapiin 1 Tenggaraong.

Selain daripada penelitian terdahulu, penelitian ini juga didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Komar (2015) yang menjelaskan bahwa pada dasarnya penetapan harga kamar adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka dalam penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pemberian pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan bagi tamu yang datang dan menginap di hotel tersebut. Harga kamar hotel satu dengan hotel lainnya adalah berbeda. Harga kamar sebuah hotel ditentukan berdasarkan luas dan kualitas kamar, fasilitas, keadaan, dan lainnya.

4.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian

Fasilitas yang berada di Panda Beach Hotel adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola hotel untuk konsumen (pengguna jasa). Fasilitas yang semakin baik dari pihak pengelola dapat mempengaruhi tingkat hunian kamar. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diketahui bahwa koefisien regresi fasilitas bertanda positif yang berarti memiliki pengaruh yang positif dalam memprediksi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Selanjutnya dalam pengujian parsial, didapatkan hasil nilai t hitung $>$ t tabel, serta nilai signifikansi $<$ 0,05, Jadi berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat hunian kamar di Panda Beach Hotel dapat dibentuk melalui variabel fasilitas.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lokasi penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi pertimbangan para tamu hotel dalam memilih Panda Beach Hotel adalah fasilitas yang terdapat dalam hotel tersebut, semakin banyak fasilitas pendukung lainnya yang dapat dinikmati oleh tamu hotel tentunya semakin mudah menyekspresikan dirinya dalam hotel tersebut. Hotel yang tidak dilengkapi fasilitas yang memadai membuat tamu hotel mudah bosan dalam berada lama-lama dalam hotel tersebut, jika sudah demikian bukan tidak mungkin para tamu akan memutuskan *checkout* dari hotel lebih cepat dari waktu yang mereka rencanakan. Hal seperti ini harus dihindari oleh pihak hotel, sebab dapat berakibat negatif terhadap kemajuan hotel tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasir (2015) yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun hotel Sidoarjo”. Hasil penelitian tersebut menemukan hasil bahwa fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar hotel Pada The Sun hotel Sidoarjo.

Selain dari penelitian terdahulu, penelitian ini juga didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Shinta (2014) yang menjelaskan bahwa fasilitas merupakan aspek penting untuk diperhatikan dalam usaha perhotelan, oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Kualitas fasilitas yang ditawarkan dapat membedakan perusahaan dari para pesaing serta menjadi tanda segmen pasar yang dituju. Semakin baiknya fasilitas yang ditawarkan, memungkinkan kebutuhan para pelanggan dapat dipenuhi oleh pihak hotel sehingga berdampak pada tingkat hunian kamar hotel.

4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Hunian

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diketahui bahwa koefisien regresi lokasi bertanda positif yang berarti memiliki pengaruh yang positif dalam memprediksi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Selanjutnya dalam pengujian parsial, didapatkan hasil nilai t hitung $>$ t tabel, serta nilai signifikansi $<$ 0,05, jadi berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan

bahwa tingkat hunian kamar di Panda Beach Hotel dapat dibentuk melalui variabel lokasi. Lokasi Panda Beach Hotel yang terletak di Jalan Ujung Mori, Dusun Tanetang, Desa Bira, Kecamatan Bonto Bahari ini cukup strategis yaitu menghadap ke pantai. Para wisatawan pada umumnya selalu mempertimbangkan untuk menginap dengan melihat faktor lokasi yang sesuai.

Lokasi memiliki peranan penting bagi eksistensi bisnis jasa perhotelan di masa yang akan datang. Lokasi yang strategis akan menjadi pilihan tamu hotel karena akan mempermudah dalam akses aktivitasnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang dilakukan oleh Sulistiono (2010) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sron dol Indah Semarang)”. Hasil penelitian Sulistiono (2010) menemukan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Sron dol Indah Semarang.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori yang dipaparkan oleh Tjiptono (2011), Tjiptono mengemukakan bahwa lokasi bisnis yang strategis memungkinkan para konsumen untuk dapat mengakses berbagai produk/jasa yang ditawarkan. Semakin baik lokasi bisnis maka akan berdampak pada aksesibilitas para konsumen/pelanggan dalam menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

4.3.4 Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Tingkat Hunian

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji f) diketahui bahwa secara bersama-sama harga, fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel. Selanjutnya, pada hasil koefisien determinasi ditemukan hasil pengaruh secara bersama-sama sebesar

82,9% antara harga, fasilitas, dan lokasi terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasir (2015) yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun Hotel Sidoarjo”. Hasil penelitian tersebut menemukan hasil bahwa secara bersama-sama harga, promosi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar pada The Sun Hotel Sidoarjo. Penelitian lain yang juga sejalan adalah penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiono (2010) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Spondol Indah Semarang)”. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan menginap tamu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.
2. Harga kamar, fasilitas hotel, dan lokasi hotel berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.
3. Harga kamar merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat hunian pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pimpinan Panda Beach Hotel untuk mempertahankan harga kamar hotel yang sangat terjangkau untuk segmen pasar wisatawan.
2. Diharapkan kepada pimpinan Panda Beach Hotel untuk menambah fasilitas-fasilitas penunjang liburan para wisatawan agar wisatawan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan kepuasan yang

dirasakan pelanggan akan berdampak pada *word of mouth* kepada calon pelanggan lain yang memiliki dampak terhadap tingkat hunian Panda Beach Hotel dikemudian hari.

3. Diharapkan kepada pimpinan Panda Beach Hotel untuk melakukan promosi melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twiter, Instagram, dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang lain agar tingkat hunian kamar hotel semakin meningkat.
4. Kepada peneliti selanjutnya, agar kiranya dapat meneliti variabel lain yang dapat memprediksi tingkat hunian seperti kualitas kamar hotel, kualitas pelayanan, serta promosi hotel, sehingga dihasilkan temuan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- A Yoeti. Oka, 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitality Pariwisata*, PT.Alumni, Bandung.
- Ahmad, Yasir. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun hotel Sidoarjo*. <http://fe.ubhara.ac.id/ojs/index.php/ebranchmarck/article/view/35>. Di akses pada tanggal 8 November 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Sulawesi Selatan Dalam Angka*. <https://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik 2019. *Tingkat Hunian Rata-Rata Hotel Provinsi Sulawesi Selatan*. <https://www.bps.go.id/publicationl>.
- Feri, Soni Okta. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Hotel Menginap di Hotel Karmila Bandung*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/33519/>. Diakses 20 Juni 2020
- Ghozali, Imam. 2012. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Cetakan 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. 2019. *Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. <http://www.kemenpar.go.id/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>.
- Komar, Richard. 2014. *Hotel Management*. Jakarta : PT Grasindo.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Benyamin Molan. Edisi kedua belas. PT.Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, L.K. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid Satu. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Morrisan. 2015. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Noor, Juliansyah. 2017. *Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. edisi Pertama, cetakan keempat. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Rondonuwu, Garry, Kelles, Dantje, dan Tamengkel, F.L. 2016. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

<https://media.neliti.com/media/publications/72468-ID-pengaruh-lokasi-usaha-terhadap-minat-bel.pdf>. Di akses pada tanggal 8 November 2019.

- Rifki, Aditya, Rifky Adhitya N , Rodhiyah & Saryadi. 2015. *Pengaruh Tarif Kamar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Horison Hotel Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegara. <https://ejournal3.undip.ac.id/>. Di akses pada tanggal 8 November 2019.
- Shinta, Agustina. 2014. *Manajemen Pemasaran : Edisi 1*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Sudarso, Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggara Hotel*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Zulkarnain. 2016. *Pengaruh Harga Kamar terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapiin 1 di Tenggarong*. <http://ejurnal.unikarta.ac.id>. Di akses pada tanggal 8 November 2019.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH HARGA KAMAR, FASILITAS HOTEL, DAN LOKASI
HOTEL TERHADAP TINGKAT HUNIAN PADA PANDA BEACH
HOTEL DI KABUPATEN BULUKUMBA**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan dalam penyelesaian penyusunan skripsi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar. Dengan ini saya meminta kesedian bapak/ibu/sdr/i untuk mengisi kuesioner yang telah saya lampirkan dibawah guna mengetahui pendapat anda mengenai pengaruh Harga Kamar, Fasilitas Hotel, dan Lokasi Hotel Terhadap Tingkat Hunian Pada Panda Beach Hotel di Kabupaten Bulukumba. Kuesioner ini merupakan sumber data utama dalam penelitian ini, maka dimohon bapak/ibu/saudara/i sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Nadya Alifa Putri

2016212007

A. Identitas Responden

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
Umur :
Pekerjaan :
Pendidikan Terakhir : a. SMP c. S-1
b. SMA/ Sederajat d. S-2
Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

Telah kami sediakan pertanyaan untuk anda jawab setiap butir pertanyaan dan hanya boleh di jawab satu kali dengan mencentang salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan, adapun kotak dibawah ini yaitu: SS, S, KS, TS, STS.

Berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.

SS (Sangat Setuju)

S (Setuju)

KS (Kurang Setuju)

TS (Tidak Setuju)

STS (Sangat Tidak Setuju)

C. Daftar Pernyataan

Variabel Harga Kamar (X1)						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga kamar yang ditawarkan terjangkau.					
2.	Harga kamar yang ditawarkan tidak dapat dijangkau semua kalangan.					
3.	Harga dan kualitas kamar sesuai ekspektasi pelanggan.					
4.	Harga dan kualitas kamar yang ditawarkan tidak sesuai ekspektasi pelanggan.					
5.	Terdapat kesesuaian antara harga kamar yang ditawarkan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan					
6.	Harga kamar yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.					
7.	Harga kamar yang ditawarkan seperti harga kamar hotel pada umumnya di lingkungan Bira.					
8.	Harga kamar yang ditawarkan lebih mahal dibanding harga kamar hotel pada umumnya di lingkungan Bira.					

Variabel Fasilitas Hotel (X2)						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Tata ruang Hotel Panda Beach menarik.					
2.	Tata ruang seperti letak kursi, meja, dan perlengkapan lain tidak proporsional.					
3.	Desain arsitektur seperti perabotan, perlengkapan, dan aliran sirkulasi udara sangat baik.					
4.	Desain arsitektur tidak menunjang menginap anda.					
5.	Perabotan hotel seperti AC, meja, kursi, Internet memberikan kenyamanan kepada pelanggan.					
6.	Perabotan hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk menunjang aktivitas menginap.					
7.	Tata cahaya dalam kamar hotel membuat nyaman.					
8.	Tata cahaya tidak sesuai dengan suasana lingkungan hotel.					
9.	Pesan-pesan grafis berupa lukisan tidak membuat nyaman pengunjung.					
10.	Terdapat lukisan-lukisan yang dapat membuat nyaman pengunjung hotel.					
11.	Fasilitas hotel tidak memadai/tidak lengkap untuk menunjang aktivitas menginap.					
12.	Fasilitas seperti tempat ibadah, toilet, dan tempat parkir membuat pengunjung puas.					

Variabel Lokasi Hotel (X3)						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Akses ke lokasi hotel mudah dijangkau oleh transportasi.					
2.	Akses ke lokasi jauh dari jalur transportasi.					
3.	Lokasi hotel mudah ditemukan.					
4.	Lokasi hotel tersembunyi dan sulit ditemukan.					
5.	Lalu lintas ke area hotel tidak macet.					
6.	Lalu lintas ke area hotel padat.					
7.	Tempat parkir hotel cukup memadai untuk banyak kendaraan.					
8.	Tempat parkir kecil/tidak memadai untuk banyak kendaraan.					
9.	Terdapat tempat yang cukup luas di area hotel.					
10.	Tidak ada area <i>space</i> di area hotel.					
11.	Lingkungan hotel menunjang aktivitas berlibur.					
12.	Lingkungan hotel tidak menunjang aktivitas berlibur.					
13.	Kualitas pelayanan yang di berikan baik, seperti pada pelayanan hotel lainnya di lingkungan Bira.					
14.	Kualitas hotel seperti kualitas pelayanan dan fasilitas lebih rendah dibanding hotel-hotel lain di lingkungan Pantai Bira.					

Variabel Tingkat Hunian (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena lokasi hotel mudah diakses.					
2.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena banyak transportasi untuk akses ke lokasi Hotel.					
3.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan ekspektasi anda.					
4.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena keramahan para staf Hotel.					
5.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena fasilitas yang ditawarkan dapat menunjang aktivitas berlibur anda di Pantai Bira.					
6.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach karena banyak spot untuk berfoto.					
7.	Anda memutuskan menginap di Panda Beach Hotel karena kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan.					
8.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena desain bangunan bagus.					
9.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena promosi yang ditawarkan pihak hotel menarik minat anda untuk melakukan pemesanan kamar.					
10.	Anda memutuskan untuk menginap di Panda Beach Hotel karena mendapat potongan harga/diskon dari pihak hotel.					

11.	Anda memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel karena rekomendasi dari teman.					
12.	Anda memilih untuk menginap di Panda Beach Hotel karena informasi dari sosial media.					

Demikianlah akhir dari kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih atas waktu dan partisipasinya.

LAMPIRAN II
TABULASI DATA PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN				
No.	Umur	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan
1	40	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
2	45	Laki-laki	S1	PNS
3	31	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
4	23	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
5	50	Laki-laki	S1	PNS
6	21	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
7	35	Perempuan	S1	PNS
8	25	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
9	27	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
10	41	Laki-laki	S1	PNS
11	28	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
12	30	Perempuan	S1	PNS
13	38	Laki-laki	S1	Wiraswasta
14	17	Laki-laki	SMP	Pelajar
15	40	Laki-laki	SMA	Wiraswasta
16	26	Perempuan	SMA	Wiraswasta
17	55	Laki-laki	S1	PNS
18	30	Perempuan	SMA	Wiraswasta
19	45	Laki-laki	S1	Wiraswasta
20	30	Perempuan	SMA	Wiraswasta
21	37	Laki-laki	S1	PNS
22	35	Perempuan	SMA	Wiraswasta
23	40	Laki-laki	S1	PNS
24	26	Perempuan	SMA	Wiraswasta
25	42	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
26	47	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
27	50	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
28	53	Perempuan	S1	PNS
29	17	Perempuan	SMP	Pelajar
30	46	Laki-laki	S1	Wiraswasta
31	39	Perempuan	SMA	Wiraswasta

32	29	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
33	45	Laki-laki	S1	Wiraswasta
34	30	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
35	40	Laki-laki	S1	Wiraswasta
36	37	Laki-laki	SMA	Wiraswasta
37	30	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
38	39	Laki-laki	S1	PNS
39	21	Perempuan	SMA	Wiraswasta
40	28	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
41	48	Laki-laki	S1	Wiraswasta
42	43	Laki-laki	S1	PNS
43	28	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
44	35	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
45	55	Laki-laki	S2	PNS
46	25	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
47	27	Perempuan	SMA	Wiraswasta
48	27	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
49	32	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
50	30	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
51	57	Laki-laki	S3	PNS
52	28	Perempuan	SMA	Wiraswasta
53	33	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
54	24	Perempuan	SMA	Wiraswasta
55	26	Laki-laki	SMA	Karyawan Swasta
56	30	Perempuan	S1	PNS
57	28	Perempuan	SMA	Wiraswasta
58	53	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
59	47	Laki-laki	S1	Wiraswasta
60	35	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
61	40	Laki-laki	S1	Wiraswasta
62	28	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
63	55	Laki-laki	S1	PNS
64	45	Perempuan	S1	Wiraswasta
65	48	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
66	22	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
67	38	Laki-laki	S1	Wiraswasta

68	24	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
69	49	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
70	28	Perempuan	SMA	Wiraswasta
71	51	Laki-laki	S1	Wiraswasta
72	25	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
73	28	Perempuan	S1	Wiraswasta
74	52	Laki-laki	S2	PNS
75	38	Perempuan	SMA	Wiraswasta
76	41	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
77	29	Perempuan	SMA	Wiraswasta
78	40	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
79	30	Perempuan	SMA	Wiraswasta
80	47	Perempuan	S1	Wiraswasta
81	37	Perempuan	SMA	Wiraswasta
82	54	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
83	36	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
84	28	Perempuan	SMA	Wiraswasta
85	49	Laki-laki	S1	Karyawan Swasta
86	45	Laki-laki	S2	Karyawan Swasta
87	34	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
88	50	Laki-laki	S2	Wiraswasta
89	16	Perempuan	SMP	Pelajar
90	46	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
91	32	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
92	25	Perempuan	SMA	Karyawan Swasta
93	55	Laki-laki	S2	PNS
94	28	Perempuan	SMA	Wiraswasta
95	51	Laki-laki	S2	Karyawan Swasta
96	30	Perempuan	SMA	Wiraswasta
97	50	Laki-laki	S1	PNS
98	40	Laki-laki	S1	Wiraswasta
99	53	Laki-laki	S1	PNS
100	38	Laki-laki	SMA	Wiraswasta

No	Harga (X1)								Skor
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	2	5	3	4	3	4	3	28
2	4	2	5	3	5	3	5	2	29
3	5	3	4	3	5	3	4	2	29
4	5	3	5	1	4	3	4	3	28
5	4	2	5	1	5	4	5	3	29
6	4	2	4	3	5	4	5	2	29
7	4	2	4	2	4	2	4	2	24
8	5	2	5	2	5	2	4	2	27
9	5	2	4	2	5	2	4	2	26
10	5	1	4	1	4	2	4	2	23
11	4	2	4	1	4	1	5	1	22
12	4	1	4	1	3	1	4	1	19
13	4	2	4	2	4	1	4	2	23
14	4	2	4	1	4	1	4	3	23
15	4	2	5	2	5	2	5	2	27
16	5	1	4	1	4	1	5	1	22
17	4	1	4	1	4	3	4	3	24
18	4	2	5	1	4	1	4	1	22
19	4	2	4	1	5	1	4	2	23
20	4	1	4	1	5	3	5	3	26
21	4	2	5	3	4	2	4	3	27
22	4	2	4	1	4	2	4	3	24
23	5	3	5	3	5	1	5	2	29
24	4	3	4	3	4	3	4	3	28
25	4	1	5	2	5	1	4	1	23
26	5	3	5	3	5	3	5	3	32
27	4	2	4	2	4	2	5	3	26
28	5	3	4	1	4	3	4	3	27
29	4	3	4	2	4	2	5	1	25
30	4	2	4	1	4	3	4	3	25
31	4	3	5	2	4	1	4	2	25
32	4	2	4	2	5	2	4	3	26
33	4	3	4	3	5	1	5	1	26
34	5	3	5	2	5	2	5	2	29
35	5	3	5	3	5	3	4	3	31
36	4	2	5	2	5	2	5	3	28
37	4	3	5	3	4	3	4	2	28
38	4	2	5	2	4	1	4	3	25
39	5	3	5	1	4	2	5	2	27
40	5	3	5	2	4	1	4	2	26
41	4	2	4	1	4	2	5	2	24
42	5	2	5	2	5	2	5	2	28
43	4	1	4	1	4	2	4	1	21
44	4	1	4	2	4	3	4	2	24
45	5	2	5	3	5	2	5	2	29
46	4	2	4	2	4	1	5	2	24

47	5	3	4	1	4	1	4	1	23
48	4	1	4	3	4	1	4	1	22
49	4	1	4	1	4	1	4	1	20
50	5	1	5	1	4	2	4	1	23
51	4	2	4	2	4	1	4	2	23
52	5	2	4	2	5	2	4	1	25
53	5	2	4	2	4	2	4	3	26
54	4	2	5	3	4	2	4	2	26
55	4	2	4	1	4	2	4	1	22
56	4	3	4	3	4	1	4	1	24
57	4	1	4	2	4	2	5	3	25
58	4	1	4	1	4	1	4	1	20
59	4	3	4	2	4	2	4	2	25
60	4	1	4	1	5	3	4	2	24
61	4	1	4	1	4	2	4	2	22
62	5	2	4	2	4	2	4	2	25
63	3	1	4	2	3	1	4	2	20
64	4	2	4	2	4	2	4	2	24
65	4	1	3	1	3	1	3	1	17
66	4	2	4	1	4	1	4	1	21
67	4	1	3	1	3	1	3	1	17
68	4	1	4	1	4	2	3	1	20
69	4	1	3	1	3	1	3	1	17
70	4	1	4	1	3	1	3	1	18
71	4	1	4	1	4	1	4	1	20
72	4	1	4	1	4	1	4	1	20
73	4	3	5	3	5	3	5	3	31
74	5	3	5	1	5	2	5	2	28
75	4	3	4	1	5	2	5	2	26
76	5	2	5	3	5	2	4	2	28
77	3	3	5	2	4	1	5	3	26
78	4	3	4	1	4	2	4	2	24
79	4	1	4	1	4	1	3	1	19
80	4	3	4	1	4	1	4	3	24
81	5	2	4	2	4	2	4	2	25
82	4	3	4	2	5	2	4	2	26
83	4	1	4	1	4	1	4	2	21
84	4	2	4	2	4	2	4	1	23
85	4	3	4	3	5	2	5	2	28
86	4	2	4	1	4	1	5	2	23
87	4	3	4	3	4	2	5	3	28
88	5	3	4	3	4	2	5	2	28
89	4	2	4	3	4	1	4	3	25
90	5	2	4	3	5	3	5	3	30
91	4	1	4	1	5	2	5	3	25
92	5	2	4	2	4	2	4	2	25
93	4	3	5	3	5	3	4	2	29
94	4	2	4	2	4	2	4	3	25

95	4	3	4	3	4	3	4	3	28
96	4	2	4	2	4	2	4	1	23
97	5	3	5	3	5	3	5	2	31
98	5	3	4	2	5	3	4	2	28
99	4	3	4	3	5	2	4	2	27
100	5	3	4	2	4	3	5	3	29

47	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	1	36
48	4	2	5	1	4	2	5	2	3	2	4	1	35
49	4	1	4	1	4	1	4	2	4	3	4	2	34
50	4	1	4	2	5	3	5	3	3	2	4	1	37
51	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	37
52	3	3	4	2	4	2	5	3	4	2	4	1	37
53	4	2	4	2	4	z	4	3	4	2	4	3	36
54	4	1	4	1	5	2	5	3	3	2	4	2	36
55	4	2	4	2	4	2	4	1	4	1	4	2	34
56	3	2	4	3	4	2	4	3	4	1	4	1	35
57	4	2	4	2	4	1	4	1	4	1	4	1	32
58	4	1	4	1	4	1	4	1	4	2	4	1	31
59	4	2	4	2	5	3	4	2	3	2	4	2	37
60	4	1	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	36
61	4	1	4	1	4	1	4	2	4	1	4	2	32
62	4	1	4	1	5	2	4	2	4	2	4	3	36
63	4	2	4	1	5	1	4	1	3	1	4	1	31
64	4	2	5	2	5	1	4	1	4	2	4	3	37
65	3	3	5	2	2	2	4	1	4	1	4	1	32
66	4	2	4	1	4	2	4	1	4	1	4	2	33
67	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	30
68	4	2	3	2	4	2	4	1	4	1	4	1	32
69	4	1	4	2	4	1	4	1	4	1	4	1	31
70	4	2	4	3	3	3	4	2	3	1	4	1	34
71	4	1	4	2	4	2	4	1	5	1	3	1	32
72	4	2	4	1	4	2	3	1	4	2	4	3	34
73	4	3	5	3	5	3	5	2	4	2	5	2	43
74	5	3	3	3	3	3	3	2	5	3	4	3	40
75	4	3	4	3	4	3	4	1	5	1	5	1	38
76	4	2	4	2	4	2	5	3	4	3	4	3	40
77	5	3	3	2	4	3	4	2	4	2	5	2	39
78	4	2	5	1	5	2	4	2	4	2	4	3	38
79	4	1	4	2	4	2	4	2	4	3	4	3	37
80	4	3	4	3	4	1	4	2	4	3	4	2	38
81	5	2	5	2	4	1	4	2	5	2	5	2	39
82	4	1	4	1	4	3	4	2	4	3	4	3	37
83	4	1	4	1	4	1	4	1	3	1	4	2	30
84	4	2	4	2	4	2	4	1	4	1	4	3	35
85	5	3	5	3	3	2	4	2	4	2	4	2	39
86	5	2	5	3	4	2	4	2	4	3	4	3	41
87	4	3	4	2	5	1	5	2	5	3	5	2	41
88	5	3	5	3	5	2	5	3	4	3	5	3	46
89	5	3	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	39
90	5	2	5	2	4	2	5	3	5	3	5	2	43
91	4	3	4	2	4	2	4	3	5	3	4	3	41
92	5	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	37
93	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	41
94	4	2	4	2	4	2	5	3	5	3	4	3	41

95	5	3	5	3	4	1	5	1	4	3	5	3	42
96	4	2	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	35
97	5	3	5	3	5	1	5	3	4	3	5	3	45
98	4	2	4	2	5	3	5	3	4	2	5	2	41
99	5	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2	40
100	5	2	4	2	5	2	5	2	4	2	4	2	39

No	Lokasi Hotel (X3)														Skor
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	
1	4	3	5	5	4	3	4	3	5	3	5	1	5	3	53
2	5	4	5	3	5	3	4	3	4	3	4	2	3	2	50
3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	49
4	4	3	5	1	5	2	5	3	5	2	5	3	4	3	50
5	4	2	4	1	4	3	4	3	4	2	5	3	5	3	47
6	4	3	4	3	4	3	5	2	4	3	5	2	5	1	48
7	4	3	4	3	5	3	4	3	3	3	4	3	5	2	49
8	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	51
9	4	3	5	3	5	3	5	2	5	3	4	3	5	3	53
10	5	2	4	1	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	48
11	4	3	4	1	5	2	4	2	5	3	5	3	5	3	49
12	3	3	4	1	4	2	5	2	4	3	4	3	4	3	45
13	4	3	4	2	5	3	4	3	5	3	4	3	4	2	49
14	4	2	4	1	4	2	5	3	4	3	4	3	4	3	46
15	4	2	5	2	5	3	5	3	5	2	5	3	5	3	52
16	4	2	4	1	4	2	4	3	4	3	5	3	5	1	45
17	3	3	4	2	5	3	5	3	5	3	4	3	4	3	50
18	5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	52
19	5	2	4	3	5	3	4	3	5	2	5	3	5	3	52
20	4	3	4	3	4	2	5	3	5	2	5	3	5	3	51
21	5	2	5	3	5	2	4	3	4	3	5	2	5	1	49
22	4	2	4	2	5	3	4	3	5	2	4	3	4	2	47
23	5	2	5	3	4	2	5	3	5	3	5	2	5	3	52
24	4	1	4	1	5	3	4	3	4	3	4	2	4	2	44
25	4	2	5	2	4	2	5	2	4	3	4	2	4	1	44
26	4	2	5	2	5	3	5	2	5	2	5	2	5	2	49
27	4	1	4	1	4	2	4	2	4	2	5	3	5	2	43
28	4	1	4	1	5	2	5	2	4	2	4	3	4	3	44
29	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	5	1	46
30	4	1	4	1	4	1	5	1	3	1	3	3	4	2	37
31	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	56
32	4	2	4	2	4	2	4	2	5	3	5	3	4	1	45
33	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	48
34	5	3	5	1	5	2	5	3	5	2	5	1	5	3	50
35	4	2	4	2	5	3	5	3	4	3	5	3	5	3	51
36	4	1	4	3	4	3	5	3	5	3	5	2	5	3	50
37	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	3	4	44
38	3	2	3	2	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	43
39	5	1	5	1	5	1	5	1	5	2	5	3	5	3	47
40	5	2	5	2	4	2	4	2	5	3	5	2	5	3	49
41	4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	47
42	5	2	4	2	4	2	5	3	5	3	5	3	5	3	51
43	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	43
44	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2	4	3	5	3	47
45	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	4	2	4	3	52
46	5	3	4	3	4	3	5	3	4	2	4	1	4	2	47

47	4	3	5	3	5	3	4	3	5	3	4	2	5	3	52
48	5	3	5	3	5	3	5	3	5	2	3	2	5	1	50
49	4	3	5	3	4	3	3	2	5	2	3	2	4	2	45
50	4	3	5	3	5	3	5	3	5	2	4	2	4	3	51
51	4	3	4	3	4	3	5	2	4	3	4	2	4	2	47
52	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	3	5	3	52
53	5	3	4	3	5	2	5	3	4	3	4	3	4	3	51
54	4	2	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	4	2	49
55	4	1	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	46
56	4	2	4	3	5	3	4	3	4	2	4	2	4	2	46
57	5	1	4	2	5	3	4	1	4	1	4	2	4	2	42
58	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	4	2	5	1	41
59	4	3	5	2	5	3	4	3	3	3	3	3	4	2	47
60	4	2	4	3	5	3	5	2	4	2	4	2	4	3	47
61	4	1	4	2	5	2	4	3	4	2	4	2	4	3	44
62	5	2	5	2	5	3	4	3	4	3	4	3	4	2	49
63	4	3	5	3	5	2	4	2	3	3	3	2	4	1	44
64	5	2	4	3	5	3	5	2	4	3	5	3	4	1	49
65	4	1	4	2	4	2	4	3	4	3	4	2	4	2	43
66	4	2	4	1	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	44
67	4	1	4	1	4	2	3	2	4	2	4	2	5	3	41
68	4	2	3	1	4	3	4	2	5	3	4	3	4	3	45
69	4	1	4	1	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	44
70	4	1	5	1	5	3	5	3	4	2	5	2	4	2	46
71	4	1	4	1	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	43
72	4	2	4	1	4	2	5	4	4	2	4	1	4	2	43
73	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	2	5	3	54
74	5	3	5	2	5	3	4	3	4	2	4	3	4	3	50
75	4	3	4	1	5	3	5	3	4	3	4	3	5	3	50
76	5	2	5	3	5	3	4	3	4	3	5	3	5	2	52
77	3	3	5	2	4	2	5	3	5	3	4	3	5	2	49
78	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	47
79	4	2	4	2	4	2	5	2	4	2	5	1	4	1	42
80	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	45
81	5	2	5	2	4	2	5	1	5	2	5	3	4	3	48
82	4	2	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	49
83	4	3	4	2	4	3	5	2	4	2	4	2	4	1	44
84	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	2	4	2	48
85	5	2	5	3	5	3	5	2	5	2	5	3	5	3	53
86	5	3	5	2	5	2	5	2	4	2	4	2	4	2	47
87	4	3	4	3	4	2	5	3	5	3	5	3	5	3	52
88	5	3	5	3	5	3	5	3	4	2	5	3	4	2	52
89	5	2	5	3	5	2	4	2	4	2	5	3	5	3	50
90	5	3	5	3	5	3	5	3	5	2	5	3	5	2	54
91	4	3	4	3	5	3	4	3	4	2	4	3	5	2	49
92	5	2	5	2	5	2	4	2	5	3	4	3	5	3	50
93	5	3	5	3	5	3	5	3	4	2	5	3	5	2	53
94	4	2	4	2	5	3	5	2	5	3	4	3	5	3	50

95	5	3	5	3	5	3	4	3	4	2	5	3	5	3	53
96	4	3	4	3	4	3	5	3	4	2	4	1	5	2	47
97	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	56
98	4	3	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	53
99	4	3	5	3	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	52
100	4	3	5	3	4	2	5	3	5	3	5	3	5	3	53

No	Tingkat Hunian (Y)												Skor
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
1	5	3	5	3	5	3	5	3	4	2	5	3	46
2	4	2	5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	43
3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	42
4	5	3	5	3	5	2	5	3	3	2	4	3	43
5	4	2	4	2	4	3	4	3	4	2	5	3	40
6	4	2	4	3	4	3	5	2	4	3	5	2	41
7	4	2	4	3	5	3	4	3	3	3	5	3	42
8	5	3	5	3	4	3	5	3	4	2	4	3	44
9	5	3	5	3	5	2	5	3	5	2	5	3	46
10	5	3	4	2	4	3	5	3	4	2	4	2	41
11	4	2	4	3	5	2	4	2	5	3	5	3	42
12	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	3	38
13	4	2	4	3	5	2	4	2	5	3	5	3	42
14	4	2	4	2	4	2	5	2	4	3	4	3	39
15	4	2	5	2	5	3	5	3	5	3	5	3	45
16	5	3	4	2	4	2	4	2	4	1	4	3	38
17	4	1	4	3	5	3	5	3	5	2	5	3	43
18	4	2	5	3	4	3	5	3	5	3	5	3	45
19	4	2	4	3	5	3	4	3	5	2	5	3	43
20	4	2	5	3	5	2	5	3	4	3	5	2	43
21	4	2	5	3	5	2	4	3	5	2	5	2	42
22	4	2	4	2	5	3	4	2	4	3	4	2	39
23	5	2	5	3	4	2	5	3	5	2	5	3	44
24	4	2	5	2	5	3	5	3	5	3	5	2	44
25	4	2	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2	38
26	5	3	5	3	5	3	5	2	5	3	5	3	47
27	4	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	41
28	5	3	5	2	5	2	5	2	4	3	4	3	43
29	4	2	4	3	5	2	5	3	3	2	5	3	41
30	4	2	5	3	5	3	5	3	4	2	4	2	42
31	5	3	5	3	4	2	5	3	3	3	3	3	42
32	4	2	5	3	5	3	5	2	4	2	4	2	41
33	4	2	4	2	5	3	5	3	5	2	5	2	42
34	5	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	44
35	4	3	5	3	5	3	4	2	5	3	5	3	45
36	4	3	5	3	5	3	5	3	5	2	3	2	43
37	5	3	5	3	5	2	5	2	5	2	5	2	44
38	5	2	5	3	5	3	4	2	4	2	4	2	41
39	5	3	5	3	4	2	5	3	5	3	5	3	46
40	5	3	3	3	5	3	4	2	4	3	4	3	42
41	4	2	4	3	5	3	4	2	4	2	4	2	39
42	5	2	5	2	5	3	5	3	5	2	5	2	44
43	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	36
44	5	2	5	2	4	2	4	2	5	2	5	2	40
45	4	2	5	3	5	3	5	3	5	2	5	2	44
46	4	2	4	3	4	2	5	3	4	2	4	2	39

47	5	3	4	3	5	3	4	2	4	3	4	3	43
48	5	3	3	3	4	2	5	3	3	3	3	3	40
49	4	2	5	3	4	2	3	2	3	2	3	2	35
50	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	43
51	4	2	4	3	4	3	5	3	4	2	4	2	40
52	5	3	4	3	5	3	5	2	4	3	4	3	44
53	5	3	4	3	4	2	5	3	4	3	4	3	43
54	4	2	5	3	5	3	5	3	3	2	3	2	40
55	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2	38
56	4	2	4	3	5	3	4	2	4	2	4	2	39
57	4	1	4	2	5	3	4	2	4	1	4	2	36
58	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	4	2	35
59	4	3	5	2	5	3	4	3	3	3	3	3	41
60	4	2	4	3	5	3	5	2	4	2	4	2	40
61	4	1	4	3	5	3	4	2	4	1	4	1	36
62	5	2	5	2	5	3	4	2	4	2	4	2	40
63	4	1	5	2	5	2	4	3	3	1	3	1	34
64	5	2	4	3	5	3	4	2	4	2	4	2	40
65	4	1	4	3	5	2	4	2	4	1	4	1	35
66	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	37
67	5	1	4	2	4	2	3	2	4	1	4	1	33
68	4	2	5	2	4	3	4	2	3	2	3	2	36
69	4	1	4	3	4	2	4	2	4	1	4	1	34
70	4	2	4	3	3	2	4	2	4	2	4	2	36
71	4	1	4	2	4	3	4	3	4	1	4	1	35
72	4	2	4	1	4	2	3	4	4	2	4	2	36
73	4	3	5	2	5	3	5	3	5	3	5	3	46
74	5	3	5	3	3	2	5	2	4	3	4	3	42
75	4	3	4	1	5	3	5	2	4	3	4	3	41
76	5	2	5	3	5	2	5	5	4	2	4	2	44
77	3	3	5	3	4	2	4	2	5	3	5	3	42
78	4	3	5	3	4	2	4	2	4	3	4	3	41
79	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	36
80	4	3	4	2	4	3	3	2	4	3	4	3	39
81	5	2	5	3	4	2	4	2	5	2	5	2	41
82	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	41
83	4	1	4	2	4	2	4	2	4	1	4	3	35
84	4	2	4	2	4	3	4	3	4	2	4	2	38
85	5	3	5	3	3	2	4	3	5	3	5	3	44
86	5	2	5	3	4	2	4	2	4	2	4	2	39
87	4	3	4	2	5	3	5	3	5	3	5	3	45
88	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	4	2	45
89	5	3	5	3	4	3	4	2	4	3	4	3	43
90	5	3	5	3	4	2	5	3	5	3	5	3	46
91	5	3	4	2	3	2	4	2	5	3	5	3	41
92	5	2	5	3	4	2	4	2	5	2	5	2	41
93	5	3	5	3	5	2	4	2	5	3	5	3	45
94	4	2	4	2	4	2	5	3	5	2	5	3	41

95	5	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	45
96	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2	5	2	38
97	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	48
98	4	2	4	2	5	3	5	3	5	3	5	3	44
99	5	3	5	3	5	3	4	2	4	3	4	3	44
100	5	3	5	3	5	3	4	2	4	2	5	3	44

LAMPIRAN III

DESKRIPSI IDENTITAS RESPONDEN

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	3	3,0	3,0	3,0
	21-30 Tahun	37	37,0	37,0	40,0
	31-40 Tahun	26	26,0	26,0	66,0
	41-50 Tahun	22	22,0	22,0	88,0
	> 51 Tahun	12	12,0	12,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	3,0	3,0	3,0
	SMA	44	44,0	44,0	47,0
	S1	46	46,0	46,0	93,0
	S2	6	6,0	6,0	99,0
	S3	1	1,0	1,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	41	41,0	41,0	41,0
	PNS	19	19,0	19,0	60,0
	Wiraswasta	37	37,0	37,0	97,0
	Pelajar/Mahasiswa	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN IV
DESKRIPSI KATEGORISASI JAWABAN RESPONDEN

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	69	69,0	69,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	26	26,0	26,0	26,0
	TS	41	41,0	41,0	67,0
	KS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	68	68,0	68,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	40	40,0	40,0	40,0
	TS	34	34,0	34,0	74,0
	KS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	6,0	6,0	6,0
	S	61	61,0	61,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	34	34,0	34,0	34,0
	TS	43	43,0	43,0	77,0
	KS	21	21,0	21,0	98,0
	S	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	6,0	6,0	6,0
	S	62	62,0	62,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	27	27,0	27,0	27,0
	TS	44	44,0	44,0	71,0
	KS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7,0	7,0	7,0
	S	64	64,0	64,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	24	24,0	24,0	24,0
	TS	44	44,0	44,0	68,0
	KS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	3,0	3,0	3,0
	S	67	67,0	67,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	18	18,0	18,0	18,0
	TS	56	56,0	56,0	74,0
	KS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	3	3,0	3,0	4,0
	S	65	65,0	65,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	19	19,0	19,2	19,2
	TS	59	59,0	59,6	78,8
	KS	21	21,0	21,2	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	5,0	5,0	5,0
	S	66	66,0	66,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	27	27,0	27,0	27,0
	TS	44	44,0	44,0	73,0
	KS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	27	27,0	27,0	20,0
	S	46	46,0	46,0	75,0
	SS	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	10	10,0	10,0	10,0
	S	65	65,0	65,0	75,0
	SS	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	22	22,0	22,0	22,0
	TS	47	47,0	47,0	69,0
	KS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	74	74,0	74,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	64	64,0	64,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	14	14,0	14,0	14,0
	TS	39	39,0	39,0	53,0
	KS	46	46,0	46,0	99,0
	S	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	55	55,0	55,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	22	22,0	22,0	22,0
	TS	29	29,0	29,0	51,0
	KS	48	48,0	48,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	49	49,0	49,0	49,0
	SS	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	38	38,0	38,0	40,0
	KS	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	48	48,0	48,0	50,0
	SS	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	31	31,0	31,0	35,0
	KS	64	64,0	64,0	99,0
	S	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	58	58,0	58,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	41	41,0	41,0	43,0
	KS	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	6	6,0	6,0	6,0
	S	56	56,0	56,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	31	31,0	31,0	37,0
	KS	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	52	52,0	52,0	54,0
	SS	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12,0	12,0	12,0
	TS	29	29,0	29,0	41,0
	KS	58	58,0	58,0	99,0
	S	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	S	58	58,0	58,0	59,0
	SS	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,0	9,0	9,0
	TS	51	51,0	51,0	60,0
	KS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	2,0	2,0	2,0
	S	49	49,0	49,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	32	32,0	32,0	35,0
	KS	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	44	44,0	44,0	48,0
	SS	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	46	46,0	46,0	46,0
	KS	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	4,0	4,0	4,0
	S	49	49,0	49,0	53,0
	SS	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	52	52,0	52,0	52,0
	KS	46	46,0	46,0	98,0
	S	1	1,0	1,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	11	11,0	11,0	11,0
	S	56	56,0	56,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,0	9,0	9,0
	TS	48	48,0	48,0	57,0
	KS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	9	9,0	9,0	9,0
	S	52	52,0	52,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,0	6,0	6,0
	TS	43	43,0	43,0	49,0
	KS	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN V
DESKRIPSI STATISTIK

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	100	17	32	24.92	3.329
Fasilitas	100	30	46	37.76	3.576
Lokasi	100	37	56	48.17	3.665
Tingkat Hunian	100	33	48	41.07	3.358
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN VI

UJI VALIDITAS

Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.271 ₆	.244 ₄	0,12 ₃	.318 ₁	.246 ₄	0,14 ₆	0,04 ₀	.423 ₀
	Sig. (2-tailed)		0,00 ₆	0,01 ₄	0,22 ₄	0,00 ₁	0,01 ₄	0,14 ₇	0,69 ₂	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.271 ₆	1	.343 ₃	.473 ₄	.351 ₁	.276 ₅	.355 ₀	.330 ₁	.697 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,00 ₆		0,00 ₀	0,00 ₀	0,00 ₀	0,00 ₅	0,00 ₀	0,00 ₁	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.244 ₄	.343 ₃	1	.339 ₁	.459 ₀	.236 ₈	.365 ₀	.252 ₁	.601 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,01 ₄	0,00 ₀		0,00 ₁	0,00 ₀	0,01 ₈	0,00 ₀	0,01 ₁	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	0,12 ₃	.473 ₄	.339 ₁	1	.372 ₀	.313 ₂	.260 ₉	.272 ₆	.663 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,22 ₄	0,00 ₀	0,00 ₁		0,00 ₀	0,00 ₂	0,00 ₉	0,00 ₆	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.318 ₁	.351 ₁	.459 ₀	.372 ₀	1	.438 ₀	.508 ₀	.248 ₃	.703 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,00 ₁	0,00 ₀	0,00 ₀	0,00 ₀		0,00 ₀	0,00 ₀	0,01 ₃	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.246 ₄	.276 ₅	.236 ₈	.313 ₂	.438 ₀	1	.257 ₀	.495 ₀	.679 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,01 ₄	0,00 ₅	0,01 ₈	0,00 ₂	0,00 ₀		0,01 ₀	0,00 ₀	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	0,14 ₆	.355 ₀	.365 ₀	.260 ₉	.508 ₀	.257 ₀	1	.322 ₁	.611 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,14 ₇	0,00 ₀	0,00 ₀	0,00 ₉	0,00 ₀	0,01 ₀		0,00 ₁	0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	0,04 ₀	.330 ₁	.252 ₁	.272 ₆	.248 ₃	.495 ₀	.322 ₁	1	.626 ₀
	Sig. (2-tailed)	0,69 ₂	0,00 ₁	0,01 ₁	0,00 ₆	0,01 ₃	0,00 ₀	0,00 ₁		0,00 ₀
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.423 ₀	.697 ₀	.601 ₀	.663 ₀	.703 ₀	.679 ₀	.611 ₀	.626 ₀	1
	Sig. (2-tailed)	0,00 ₀								
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Correlations																
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	Lokasi
X3.1	Pearson Correlation	1	0,065	.426**	.222	.329*	0,062	0,020	-0,012	0,085	-0,155	.293**	0,030	0,130	0,015	.384**
	Sig. (2-tailed)		0,524	0,000	0,027	0,001	0,538	0,846	0,908	0,402	0,124	0,003	0,767	0,199	0,884	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	0,065	1	.282**	.479**	0,156	-.344**	.197	.332**	0,161	.214	-0,021	-0,009	0,078	-0,045	.569**
	Sig. (2-tailed)	0,524		0,005	0,000	0,120	0,000	0,049	0,001	0,109	0,033	0,836	0,932	0,438	0,657	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.426**	.282**	1	.261**	.362**	0,052	0,174	0,064	.305**	-0,012	0,189	-0,091	0,158	0,006	.508**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,005		0,009	0,000	0,610	0,083	0,530	0,002	0,908	0,059	0,366	0,117	0,953	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.222	.479**	.261**	1	0,124	-.429**	0,046	-.268**	0,154	0,179	0,076	-0,089	0,161	-0,032	.591**
	Sig. (2-tailed)	0,027	0,000	0,009		0,219	0,000	0,649	0,007	0,126	0,075	0,451	0,377	0,110	0,752	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.329*	0,156	.362**	0,124	1	-.279**	0,094	0,082	0,096	-0,114	0,092	0,130	0,133	0,043	.430**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,120	0,000	0,219		0,005	0,354	0,416	0,340	0,260	0,361	0,197	0,187	0,674	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	0,062	.344**	0,052	.429**	.279**	1	0,006	.390**	0,078	0,109	-0,050	-0,033	0,017	0,022	.444**
	Sig. (2-tailed)	0,538	0,000	0,610	0,000	0,005		0,956	0,000	0,443	0,282	0,618	0,745	0,868	0,827	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	0,020	.197	0,174	0,046	0,094	0,006	1	0,040	.225	-0,014	.244	-0,042	0,100	-0,001	.325**
	Sig. (2-tailed)	0,846	0,049	0,083	0,649	0,354	0,956		0,694	0,024	0,914	0,014	0,679	0,322	0,992	0,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	-0,012	.332**	0,064	.268**	0,082	-.390**	0,040	1	0,060	.287**	0,064	-0,067	0,088	0,103	.452**
	Sig. (2-tailed)	0,908	0,000	0,530	0,007	0,416	0,000	0,694		0,553	0,004	0,526	0,509	0,385	0,310	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	0,085	0,155	.305**	0,174	0,096	0,078	.225	0,060	1	0,112	.378**	0,049	.340	.297**	.538**
	Sig. (2-tailed)	0,402	0,109	0,002	0,126	0,340	0,424	0,053	0,5		0,269	0,000	0,631	0,001	0,003	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	-0,155	.214	-0,012	0,179	-0,114	0,109	-0,114	.287**	0,112	1	0,013	0,174	0,028	0,120	.325**
	Sig. (2-tailed)	0,124	0,033	0,908	0,075	0,260	0,282	0,891	0,004	0,269		0,899	0,083	0,783	0,234	0,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	.293**	-0,021	0,189	0,076	0,092	-0,050	-.244	0,064	.378**	0,013	1	0,079	.448**	0,136	.460**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,836	0,059	0,451	0,361	0,618	0,014	0,526	0,000	0,899		0,437	0,000	0,177	0,000

								0			0			
Y.12	Pearson Correlation	.226	.658	0,057	0,155	-0,017	0,056	.250	0,088	0,134	.667	.251	1	.636
	Sig. (2-tailed)	0,023	0,000	0,575	0,124	0,865	0,578	0,012	0,386	0,182	0,000	0,012		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tingkat Hunian	Pearson Correlation	.412	.657	.444	.394	.337	.284	.593	.357	.447	.657	.488	.636	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

LAMPIRAN VII
UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.689	12

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.666	14

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	12

LAMPIRAN VIII

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Lokasi, Harga, Fasilitas ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Tingkat Hunian
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	.829	.824	1.410

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Fasilitas

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	925.630	3	308.543	155.177	.000 ^b
	Residual	190.880	96	1.988		
	Total	1116.510	99			

a. Dependent Variable: Tingkat Hunian
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Fasilitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.994	1.929		3.626	.000
	Harga	.502	.062	.498	8.156	.000
	Fasilitas	.217	.060	.231	3.614	.000
	Lokasi	.277	.054	.303	5.176	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Hunian

LAMPIRAN IX
HARGA KAMAR DAN FASILITAS BEACH BIRA HOTEL

Harga Kamar Panda Beach Bira Hotel

No.	Room	Harga Kamar	Jumlah Kamar
1.	Standar Small	Rp. 350.000	3
2.	Standar Big	Rp. 500.000	4
3.	Deluxe Single	Rp. 1.150.000	3
4.	Deluxe Twin	Rp. 1.000.000	7
5.	Deluxe Twin View	Rp. 1.300.000	6
6.	Deluxe Single View	Rp. 1.200.000	1
			24

Fasilitas Beach Bira Hotel

No.	Jenis Fasilitas	Jumlah
1.	Restoran	1 Unit
2.	Resepsionis 24 Jam	2 Orang
3.	Layanan Kamar	10 Orang
4.	Wi-Fi Gratis	3 Buah
5.	Parkir Pribadi Gratis	2 Area
6.	Mobil Layanan Antar-Jemput Bandara Berbayar	4 Buah
7.	AC	30 Unit
8.	TV Layar Datar Saluran Satelit	32 Unit
9.	Pemutar DVD	24 Unit
10.	Kamar Mandi Pribadi Dengan Bidet dan Perlengkapan Mandi Gratis Meja Dan Teko	1 Unit/Kamar

LAMPIRAN X
DOKUMENTASI PENELITIAN







