

## Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Menginap Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Pradika Ardiansyah<sup>1</sup>, Kharisma Nawang Sigit<sup>2</sup>, Muhammad Syaqiq<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Selamat Sri

E-mail: pradikaardiansyah12@gmail.com<sup>1</sup>, kharisma04337@gmail.com<sup>2</sup>, syaqiq60@gmail.com<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 12 Desember 2024

Revised: 03 Januari 2025

Accepted: 06 Januari 2025

**Keywords:** Fasilitas, Harga, Keputusan Menginap Ulang, Kepuasan Konsumen

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap keputusan menginap ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, panel dan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial baik terhadap keputusan menginap ulang maupun terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga berpengaruh positif signifikan secara parsial baik terhadap keputusan menginap ulang maupun terhadap kepuasan konsumen. Variabel fasilitas dan variabel harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menginap ulang baik sebelum maupun sudah adanya variabel intervening kepuasan konsumen.

### PENDAHULUAN

Kota Pekalongan menjadi salah satu wilayah yang mengalami peningkatan jumlah hotel yang cukup signifikan semenjak status wabah Covid 19 berakhir. Situasi persaingan yang ketat dalam industri perhotelan di wilayah Kota Pekalongan telah menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Hotel Indonesia Syariah Pekalongan adalah salah satu hotel yang berada di Kota Pekalongan tepatnya terletak di Jl. Gajah Mada No. 27-31, Kramatsari, Kota Pekalongan, menawarkan berbagai macam fasilitas sesuai dengan kebutuhan pelancong bisnis perusahaan atau keluarga dalam perjalanan akhir pekan yang menyenangkan. Hotel Indonesia Syariah dilengkapi dengan 50 kamar dengan rincian 10 kamar ekonomi, 29 kamar superior, 4 kamar deluxe, 2 kamar family suite, 5 kamar standart. Fasilitas lain yang biasanya dapat disewakan adalah restaurant dan ballroom. pesaing dari Hotel Indonesia Syariah Pekalongan diantaranya Hotel Nirwana, Hotel Khas Pekalongan, Hotel Santika, Hotel Dafam, Sahid Mandarin dan lainnya.

Menurut (Pahlevi, 2019) terdapat tiga hal mendasar yang sangat menentukan kesuksesan bisnis termasuk hotel antara lain kualitas pelayanan, harga, promosi dan fasilitas, disamping kedekatan secara budaya dengan masyarakat sasaran. Melalui empat hal tersebut eksistensi bisnis hotel yang sudah dikenal dan mampu memuaskan para konsumennya dapat terus bertahan,

sehingga tidak dapat ditinggalkan oleh konsumennya. Karena jika konsumen tidak puas maka akan berpaling ke hotel lain. Kehadiran bisnis hotel semakin dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup dan bisnis yang semakin meningkat.

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan penulis menemukan beberapa permasalahan yang masih menjadi hambatan bagi kepuasan konsumen. Permasalahan pertama yaitu sarana di dalam kamar masih kurang layak, contohnya seperti tidak disediakan amenities kit, handuk yang bau dan berjamur, toilet kurang bersih serta peralatannya sudah berkarat, AC kurang dingin, dan yang paling sering di komplain adalah banyaknya nyamuk baik di dalam maupun di luar kamar. Permasalahan kedua yang terdapat pada fasilitas yang ada di area hotel ialah terbatasnya prasarana pendukung karena terhalang minimnya lahan sehingga masih kalah saing dengan hotel lainnya, misalnya tidak adanya kolam renang dan tempat gym. Seperti dalam penelitian yang sudah dilakukan (Pranata, 2021) dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Aston Inn Gideon, dengan hasil penelitian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel harga dalam penelitian ini pula ikut berperan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga memiliki berbagai indikator yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat (Bustami, 2019). Permasalahan pertama dimana harga yang diterapkan oleh Hotel Indonesia Syariah Pekalongan tidak sebanding dengan fasilitas sarana dan prasarana yang terdapat di hotel khususnya di dalam kamar. Permasalahan lain yaitu harga kamar yang diterapkan belum termasuk makan pagi. Seperti dalam penelitian yang sudah dilakukan (Pahlevi, 2019) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Aston Jember. Hasil penelitian menyebutkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **LANDASAN TEORI**

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2016). Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa definisi fasilitas hotel adalah segala perlengkapan fisik yang memudahkan konsumen dalam beraktifitas selama menginap di hotel sehingga menimbulkan perasaan aman dan nyaman. Fasilitas dari hotel dapat berupa sarana yaitu peralatan yang bergerak yang umumnya dipakai secara langsung, dan juga prasarana yaitu fasilitas penunjang yang umumnya tidak bergerak seperti gedung dan ruangan.

Harga menurut (Samsul Ramli, 2013) adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. Berdasarkan pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan definisi harga adalah nilai sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas pembelian barang atau penggunaan suatu jasa. Dimana biasanya harga jual ditentukan oleh pihak penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan pihak pembeli mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk/jasa tersebut sesuai dengan harga yang telah ditentukan.

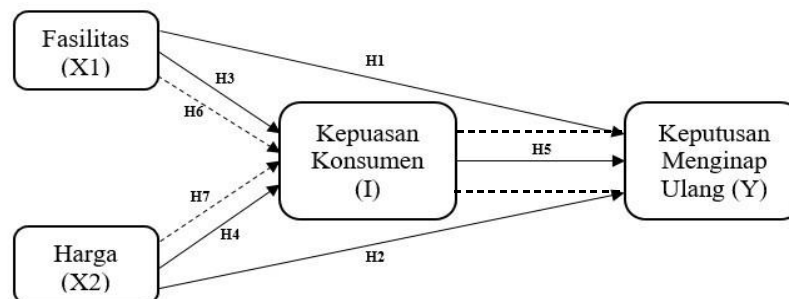
Kepuasan konsumen menurut (Priansa, 2017) adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika baarang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai

dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya. Berdasarkan pendapat dari ahli diatas disimpulkan bahwa definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat kepuasan konsumen atas suatu barang atau jasa yang telah dibeli sesuai dengan harga yang dikeluarkan, sehingga menghasilkan perusahaan puas atau kecewa bagi pembeli tersebut.

Minat beli ulang menurut (Peter J.P dan Olson, 2014) adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang pelanggan, dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang, menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal- hal yang baik kepada orang lain. Keputusan menginap ulang pada dasarnya dapat diartikan sama dengan minat beli ulang. Berdasarkan pengertian minat beli ulang menurut ahli diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan menginap ulang ialah keputusan konsumen untuk menginap kembali di hotel yang ia tempati, yang mana dipengaruhi oleh perasaan puas baik dari segi harga, fasilitas, dan pelayanan selama menginap.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Sujarweni, 2014). Variabel yang digunakan serta diuji antar pengaruhnya yaitu variabel Fasilitas (X1), variabel Harga (X2), variabel Keputusan Menginap Ulang (Y), dan variabel Kepuasan Konsumen (I).



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner kepada para tamu yang pernah menginap di Hotel Indonesia Syariah Kota Pekalongan. Populasi dalam penelitian sekaligus responden adalah konsumen yang menginap di Hotel Indonesia Syariah Pekalongan tahun 2024 sejumlah 600 responden. Sampel penelitian menggunakan teknik simple random sampling (sampel acak), dimana tidak ada kriteria khusus sehingga populasi yang ada memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian (Sumargo, 2020). Sampel dalam penelitian ini sejumlah 60 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan dengan mengamati nilai Pearson Correlation atau yang selanjutnya disebut sebagai nilai “r hitung”. Nilai df pada penelitian ini sendiri ialah diperoleh dari rumus  $df = (N-2)$ , sehingga  $df = (60-2)$  hasilnya 58. Kemudian dengan menggunakan nilai signifikansi 2 arah (two-tailed) dan nilai signifikansi yang dipakai ialah

5% atau 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,254. Sehingga jika r hitung > r tabel dapat dinyatakan valid, dan sebaliknya jika r hitung < r tabel dinyatakan tidak valid.

**Tabel. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas**

Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X1.1	0,254	0,517	Valid
X1.2	0,254	0,481	Valid
X1.3	0,254	0,466	Valid
X1.4	0,254	0,426	Valid
X1.5	0,254	0,449	Valid
X1.6	0,254	0,555	Valid
X1.7	0,254	0,509	Valid
X1.8	0,254	0,479	Valid
X1.9	0,254	0,441	Valid
X1.10	0,254	0,503	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 1. menunjukkan semua butir pertanyaan pada variabel fasilitas (X1) memiliki r hitung > 0,254. Sehingga data pada seluruh variabel fasilitas (X1) dinyatakan valid. Instrumen pertanyaan ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga**

Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X2.1	0,254	0,468	Valid
X2.2	0,254	0,469	Valid
X2.3	0,254	0,498	Valid
X2.4	0,254	0,455	Valid
X2.5	0,254	0,493	Valid
X2.6	0,254	0,455	Valid
X2.7	0,254	0,486	Valid

X2.8	0,254	0,448	Valid
------	-------	-------	-------

Hasil uji validitas pada tabel 2. menunjukkan semua butir pertanyaan pada variabel harga (X2) memiliki r hitung  $> 0,254$ . Sehingga data seluruh variabel harga (X2) dinyatakan valid. Instrumen pertanyaan ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap Ulang**

Pertanyaan	r tabel	r hitung	keterangan
Y.1	0,254	0,462	Valid
Y.2	0,254	0,571	Valid
Y.3	0,254	0,705	Valid
Y.4	0,254	0,548	Valid
Y.5	0,254	0,434	Valid
Y.6	0,254	0,469	Valid
Y.7	0,254	0,635	Valid
Y.8	0,254	0,583	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 3 menunjukkan semua butir pertanyaan pada variabel keputusan menginap ulang (Y) memiliki r hitung  $> 0,254$ . Sehingga data pada seluruh variabel keputusan menginap ulang (Y) dinyatakan valid. Instrumen pertanyaan ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

**Tabel 4. Uji Validitas Kepuasan Konsumen**

Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
I.1	0,254	0,452	Valid
I.2	0,254	0,452	Valid
I.3	0,254	0,462	Valid
I.4	0,254	0,447	Valid
I.5	0,254	0,420	Valid
I.6	0,254	0,466	Valid
I.7	0,254	0,506	Valid
I.8	0,254	0,445	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 4. menunjukkan semua butir pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen (I) memiliki r hitung  $> 0,254$ . Sehingga data pada seluruh variabel kepuasan

konsumen (I) dinyatakan valid. Instrumen pertanyaan ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

### UJI RELIABILITAS

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1	0,623	0,60	Reliabel
X2	0,892	0,60	Reliabel
Y	0,664	0,60	Reliabel
I	0,753	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 5. bahwa semua variabel yang dipakai memiliki nilai Alpha > 0,60. Semua butir jawaban responden dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

### UJI NORMALITAS

**Tabel 6. Uji Normalitas Persamaan 1**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

persamaan 1		
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,15086082
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,049
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**Tabel 7. Uji Normalitas Persamaan 2**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

persamaan 2		
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,00956409
Most Extreme	Absolute	,064

Differences	Positive	,064
	Negative	-,056
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 6. dan table 7. bahwa nilai asymp.sig (2 tailed) dari persamaan 1 dan 2 sama sama bernilai 0,200 dimana nilai tersebut > 0,05. Sehingga dinyatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

## UJI MULTIKOLINEARITAS

**Tabel. 8 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,238			2,087	,041		
Fasilitas	,123	,10	,146	1,179	,243	,996	1,004
Harga	,346	,12	,334	2,690	,009	,996	1,004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel 8. Diatas bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel yang ada di persamaan 1 yaitu fasilitas (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (I) tidak mengalami multikolinearitas.

**Tabel. 9 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				T	Sig.
2 (Constant)	11,833	4,960		2,386	,020		
Fasilitas	-,179	,103	-,194	-1,734	,088	,972	1,029
Harga	,095	,133	,084	,711	,480	,884	1,132
Kepuasan Konsumen	,563	,129	,516	4,358	,000	,874	1,145

a. Dependent Variable: Keputusan Mengingat Ulang

Pada tabel 9. bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel yang ada di persamaan 2 yaitu fasilitas (X1), harga (X2), kepuasan

konsumen (I) terhadap kepuasan konsumen (Y) tidak mengalami multikolinieritas.

### UJI HETEROSKEDASTISITAS

**Tabel 10. Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	5,058	2,976		1,700	,095
Fasilitas	-,051	,063	-,107	-,808	,422
Harga	-,008	,078	-,014	-,107	,915

a. Dependent Variable: ABS\_1

Pada table 10. Bahwa semua nilai signifikansi  $> 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel persamaan 1 yaitu fasilitas (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (I) tidak terjadi gejala herteroskedastisitas.

**Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2**

Model	Coefficients <sup>a</sup> Unstandardized					CoefficientsStandardized	
	Coefficients	t	Sig.	Std.		Beta	Sig.
				B	Error		
2 (Constant)	-2,346	2,858			-,821	,415	
Fasilitas	,060	,059			,132	1,008	,318
Harga	,105	,077			,188	1,368	,177
Kepuasan Konsumen	,037	,074			,070	,503	,617

a. Dependent Variable: ABS\_2

Pada tabel 11. bahwa semua nilai signifikansi  $> 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel yang ada di persamaan 2 yaitu fasilitas (X1), harga (X2), kepuasan konsumen (I) terhadap kepuasan konsumen (Y) tidak terjadi gejala herteroskedastisitas.

### UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

**Tabel 11. Uji Regresi Tanpa Variabel Intervening**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	10,238	4,905		2,087	,041
Fasilitas	,123	,105	,146	1,179	,243
Harga	,346	,129	,334	2,690	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Menggunakan rumus persamaan dan berdasarkan tabel 11. diatas, maka persamaan

regresi tanpa adanya variabel intervening dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$I = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$I = 10,238 + 0,123X_1 + 0,346X_2 + e$$

Nilai konstanta (a) adalah 10,238, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel fasilitas dan harga ( $X_1$  dan  $X_2 = 0$ ) maka kepuasan konsumen di Hotel Indonesia Pekalongan meningkat sebesar 10,238 satuan. Koefisien regresi fasilitas ( $b_1$ ) bernilai positif sebesar 0,123 artinya jika variabel fasilitas ( $X_1$ ) bernilai positif sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka akan menyebabkan kenaikan terhadap kepuasan konsumen (I). Koefisien regresi harga ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,346 artinya jika variabel harga ( $X_2$ ) bernilai positif sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka akan menyebabkan kenaikan terhadap kepuasan konsumen (I).

**Tabel 12. Uji Regresi Menggunakan Variabel Intervening**

Standardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup> Unstandardized		Coefficients			
B	Std. Error	Betat	Sig.				
1		(Constant)	11,833	4,960	2,386	,020	
		Fasilitas	-,179	,103	-,194	-1,734	,088
		Harga	,095	,133	,084	,711	,480
		Kepuasan Konsumen	,563	,129	,516	4,358	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap Ulang

Menggunakan rumus persamaan dan berdasarkan tabel 12. diatas, maka persamaan regresi dengan variabel intervening dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3I + e$$

$$Y = 11,833 + (-0.179) X_1 + 0,095X_2 + 0,563I + e$$

Nilai konstanta (a) adalah 11,833, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel fasilitas, harga, dan kepuasan konsumen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $I = 0$ ) maka keputusan menginap ulang (Y) di Hotel Indonesia Pekalongan meningkat sebesar 11,833 satuan. Koefisien regresi fasilitas ( $b_1$ ) bernilai negatif sebesar -0,179 artinya jika variabel fasilitas ( $X_1$ ) bernilai negatif sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka akan menyebabkan penurunan terhadap keputusan menginap ulang (Y). Koefisien regresi harga ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,095 artinya jika variabel harga ( $X_2$ ) bernilai positif sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka akan menyebabkan kenaikan terhadap keputusan menginap ulang (Y). Koefisien regresi kepuasan konsumen ( $b_3$ ) bernilai positif sebesar 0,563 artinya bahwa jika variabel kepuasan konsumen (I) bernilai positif sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka akan menyebabkan kenaikan terhadap keputusan menginap ulang (Y).

## HASIL UJI HIPOTESIS

### UJI T (Parsial)

**Tabel 13. Uji T Tanpa Variabel Intervening**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		Std.				
Model		B	Error	Beta		
1	(Constant)	10,238	4,905		2,087	,041
	Fasilitas	,123	,105	,146	1,179	,243
	Harga	,346	,129	,334	2,690	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Tabel 13. Uji T Menggunakan Variabel Intervening**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		Std.				
Model		B	Error	Beta		
1	(Constant)	11,833	4,960		2,386	,020
	Fasilitas	-,179	,103	-,194	-1,734	,088
	Harga	,095	,133	,084	,711	,480
	Kepuasan Konsumen	,563	,129	,516	4,358	,000

Dependent Variable: Keputusan Mengingat Ulang

a.

**UJI F (Simultan)****Tabel 14. Uji F Tanpa Variabel Intervening**

		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of		Mean Square	F	Sig.
		Squares	df			
1	Regression	147,101	2	73,550	4,124	,021 <sup>b</sup>
	Residual	1016,549	57	17,834		
	Total	1163,650	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas

Tabel 14 diatas diketahui nilai F sebesar 4,124 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 (<0,05) sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas fasilitas (X1) dan harga (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (I) di Hotel Indonesia Pekalongan.

**Tabel 15. Uji F Menggunakan Variabel Intervening**

		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of		Mean Square	F	Sig.
		Squares	df			
1	Regression	437,414	3	145,805	8,608	,000 <sup>b</sup>
	Residual	948,520	56	16,938		

Total	1385,933	59
a. Dependent Variable: Keputusan Menginap Ulang		
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Fasilitas, Harga		

Dari tabel 15. diketahui nilai F sebesar 8,608 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) disimpulkan bahwa variabel bebas fasilitas (X1), harga (X2) dan variabel intervening kepuasan konsumen (I) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan menginap ulang (Y) di Hotel Indonesia Pekalongan.

### KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ )

**Tabel 16.  $R^2$  Tanpa Variabel Intervening**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,356 <sup>a</sup>	,126	,096	4,223

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas

Berdasarkan tabel 16. nilai Adjusted R Square sebesar 0,096, disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh variabel bebas (fasilitas dan harga) terhadap variabel intervening (kepuasan konsumen) sebesar 9,6%. Sedangkan sisanya 90,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Tabel 17.  $R^2$  Menggunakan Variabel Intervening**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 <sup>a</sup>	,316	,279	4,116

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Fasilitas, Harga

Berdasarkan tabel.17, nilai Adjusted R Square sebesar 0,279 maka disimpulkan sumbangan pengaruh variabel bebas (fasilitas dan harga) dan variabel intervenig (kepuasan konsumen) terhadap variabel terikat (keputusan menginap ulang) sebesar 27%. Sedangkan sisanya sekitar 73% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### KESIMPULAN

Variabel fasilitas (X1) tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial baik terhadap keputusan menginap ulang (Y) maupun terhadap kepuasan konsumen (I). Sehingga ada atau tidaknya variabel intervening kepuasan konsumen dalam penelitian ini tidak mempengaruhi peran variabel fasilitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang keduanya diatas 0,05 sehingga sama-sama menerima  $H_0$ . Hal ini menunjukkan masih perlunya peningkatan dalam peningkatan kualitas fasilitas baik di dalam maupun di luar kamar guna meningkatkan keputusan menginap ulang para tamu di Hotel Indonesia Pekalongan.

Variabel harga (X2) berpengaruh positif signifikan secara parsial baik terhadap keputusan menginap ulang (Y) maupun terhadap kepuasan konsumen (I). Adanya peran variabel kepuasan konsumen sebagai variabel intervening juga membuat pengaruh variabel harga meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi baik sebelum maupun sesudah adanya variabel

intervening sama-sama kurang dari 0,05 sehingga menolak H<sub>0</sub>. Adanya harga yang terjangkau dan ditambah fasilitas didapatkan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan membuat tamu merasa senang dan puas sehingga dapat meningkatkan loyalitas para tamu untuk menginap ulang.

Variabel fasilitas (X<sub>1</sub>) dan variabel harga (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menginap ulang (Y) baik sebelum maupun sesudah adanya variabel intervening kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas dan harga termasuk dalam faktor penentu keputusan menginap ulang. Meskipun dalam penerapannya masih terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan tamu untuk menginap.

## DAFTAR REFERENSI

- Bustami, E. F. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Jombang Satu). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 278–290. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.5375>
- PAHLEVI, M. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Aston Jember*.
- Peter J.P dan Olson, J. . (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Edisi Semb). Salemba Empat.
- Pranata, E. A. (2021). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Aston Inn Gideon*.
- Priansa. (2017). *Kontemporer, Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis*. Alfabeta.
- Samsul Ramli. (2013). , *pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.*  
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-harga.html>
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi penelitian*. Pustaka Baru Perss.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. Unj press.
- Tjiptono dan Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.