

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Hotel Kings Kudus

Hotel Kings Kudus merupakan tempat penginapan ideal bagi para wisatawan yang mencari daya tarik, kenyamanan dan kepraktisan di Kudus. Hotel ini menyediakan sejumlah fasilitas rekreasi seperti taman. Semua akomodasi tamu dilengkapi dengan fasilitas yang telah dirancang dengan baik demi menjaga kenyamanan. Ketika menginap di properti yang luar biasa ini, para tamu dapat menikmati layanan laundry/dry cleaning, layanan kamar, fasilitas rapat, wi-fi di tempat-tempat umum serta restoran. King's Hotel Kudus merupakan usaha perhotelan berdiri sejak tahun 2013. Mayoritas konsumen yang dimiliki King's Hotel Kudus adalah Salesman dan wisatawan.<sup>1</sup>

Lokasi King's Hotel Kudus cukup strategis karena berada di Jl. R. Agil Kusumadya lingkaran barat kav. I Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Halaman parkir sangat luas dan dilengkapi dengan adanya mushola yang dapat dimanfaatkan konsumen muslim menjalankan ibadah shalat. Lingkungan yang ada di sekitar usaha ini merupakan perkantoran, pabrik dan sekolah. Konsumen yang menyewa di hotel ini mayoritas berasal dari luar kota yang merupakan karyawan perusahaan retail yaitu salesman dan juga wisatawan.<sup>2</sup> Berikut ini data jumlah penyewa kamar di King's Hotel Kudus selama tahun 2016-2018:

**Table 4.1 Jumlah Penyewa Kamar di King's Hotel Kudus**

Tahun	Kamar		
	<i>Deluxe</i>	<i>Superior</i>	<i>Bisnis</i>
2016	960	1356	765
2017	932	1263	692
2018	870	1154	583

Sumber : Dokumentasi King's Hotel Kudus, 2019.

<sup>1</sup> Hasil observasi peneliti pada King's Hotel Kudus, 26 Oktober 2019.

<sup>2</sup> Hasil observasi peneliti pada King's Hotel Kudus, 26 Oktober 2019.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menemukan daftar harga yang ditetapkan oleh King's Hotel Kudus adalah sebagai berikut:<sup>3</sup>

**Tabel 4.2 Daftar Harga Sewa Kamar di King's Hotel Kudus**

<i>Kamar</i>	<i>Harga Sewa</i>
Deluxe	Rp. 450000
Superior	Rp. 350000
Bisnis	Rp. 235000

Sumber : Dokumentasi King's Hotel Kudus, 2019.

Selain harga dan lokasi, hal yang perlu diperhatikan perusahaan guna tercapainya keputusan menyewa konsumen yaitu dengan adanya fasilitas. Fasilitas termasuk dalam variabel penentu keputusan menyewa, dengan adanya fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen dalam melakukan penyewaan. Perusahaan yang mampu memberikan fasilitas yang baik untuk konsumennya maka konsumen akan datang dan melakukan pembelian atau penyewaan kembali.

Berbagai fasilitas yang telah di sediakan yaitu AC & TV, telfon, pemandian air panas, air mineral gratis dan di dalam kamar terdapat pemanas air untuk membuat kopi atau teh dan juga ada resto, Serta fasilitas lain yaitu pencucian mobil gratis setiap tamu yang menginap pada malam hari. Semua itu di lakukan untuk meningkatkan kualitas dirinya dengan melakukan perbaikan pada pola kerja maupun pada kualitas pelayanan terhadap para konsumen, sehingga tercipta kepuasan dari penyewa kamar sehingga mereka akan memutuskan penyewaan ulang di kemudian hari.<sup>4</sup>

## 2. Gambaran Subyek Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan konsumen King's Hotel Kudus. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah tanggapan konsumen King's Hotel Kudus. Sehingga data yang terkumpul bisa valid dan reliabel. Kuesioner yang kembali kepada peneliti sebanyak 109 sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 109

<sup>3</sup> Hasil observasi peneliti pada King's Hotel Kudus, 26 Oktober 2019.

<sup>4</sup> Hasil observasi peneliti pada King's Hotel Kudus, 26 Oktober 2019.

responden. Berikut merupakan data profil responden dari 109 responden yang dipakai sebagai sampel dalam penelitian ini:

a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 109 responden disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	63	57,8%
Perempuan	46	42,2%
Jumlah	109	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 109 responden yang menjadi sampel responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang atau 57,8%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang atau 42,2% dari keseluruhan jumlah sampel.

b. Umur Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 109 responden disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Usia	Jumlah	Persentase
< 35 tahun	37	33,9%
> 35 tahun	72	66,1%
Jumlah	109	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 109 responden yang menjadi sampel responden berumur kurang dari 35 tahun sebanyak 37 orang atau 33,9%, sedangkan responden yang berumur lebih dari 35 tahun sebanyak 72 orang atau 66,1% dari keseluruhan jumlah sampel.

### 3. Statistik Deskriptif

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh lokasi, harga dan kualitas layanan syariah terhadap minat beli konsumen berbelanja di Outlet Luna Hijab Kudus adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Data Hasil Penelitian**

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
X1.1	20	18,3	48	44,0	28	25,7	11	10,1	2	1,8
X1.2	22	20,2	45	41,3	32	29,4	9	8,3	1	0,9
X1.3	23	21,1	40	36,7	36	33,0	7	6,4	3	2,8
X1.4	29	26,6	46	42,2	26	23,9	6	5,5	2	1,8
X1.5	32	29,4	44	40,4	25	22,9	8	7,3	0	0,0
X1.6	22	20,2	41	37,6	39	35,8	7	6,4	0	0,0
X2.1	19	17,4	45	41,3	28	25,7	12	11,0	5	4,6
X2.2	22	20,2	37	33,9	43	39,4	6	5,5	1	0,9
X2.3	15	13,8	43	39,4	38	34,9	13	11,9	0	0,0
X2.4	36	33,0	39	35,8	24	22,0	9	8,3	1	0,9
X3.1	13	11,9	50	45,9	34	31,2	11	10,1	1	0,9
X3.2	15	13,8	41	37,6	44	40,4	7	6,4	2	1,8
X3.3	19	17,4	48	44,0	29	26,6	11	10,1	2	1,8
X3.4	26	23,9	35	32,1	34	31,2	13	11,9	1	0,9
Y.Q1	10	9,2	48	44,0	47	43,1	4	3,7	0	0,0
Y.Q2	22	20,2	46	42,2	32	29,4	8	7,3	1	0,9
Y.Q3	14	12,8	51	46,8	39	35,8	4	3,7	1	0,9
Y.Q4	13	11,9	21	19,3	67	61,5	6	5,5	2	1,8

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

#### a. Harga (X1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai harga (X1), yaitu harga sewa Kamar di King’s Hotel Kudus terjangkau bagi masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak (18,3%), setuju (44,0%), netral (25,7%), tidak setuju (10,1%), dan sangat tidak setuju (1,8%). Pada pertanyaan kedua yaitu harga sewa Kamar di King’s Hotel Kudus mampu bersaing dengan hotel lain di Kudus, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,2%), setuju (41,3%), netral (29,4%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (0,9%). Pada pertanyaan ketiga yaitu harga sewa Kamar di King’s Hotel Kudus sesuai dengan asumsi konsumen, responden menjawab

sangat setuju sebanyak (21,1%), setuju (36,7%), netral (33,0%), tidak setuju (6,4%), dan sangat tidak setuju (2,8%).

Pada pertanyaan keempat yaitu harga sewa Kamar di King's Hotel Kudus sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh karyawan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (26,6%), setuju (42,2%), netral (23,9%), tidak setuju (5,5%), dan sangat tidak setuju (1,8%). Pada pertanyaan kelima yaitu King's Hotel Kudus menetapkan harga secara ganjil agar lebih mudah, responden menjawab sangat setuju sebanyak (29,4%), setuju (40,4%), netral (22,9%), tidak setuju (7,3%), dan sangat tidak setuju (0,0%). Pada pertanyaan keenam yaitu harga sewa Kamar di King's Hotel Kudus cenderung stagnan atau tidak berubah dalam satu tahun, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,2%), setuju (37,6%), netral (35,8%), tidak setuju (6,4%), dan sangat tidak setuju (0,0%).

#### **b. Lokasi (X2)**

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai lokasi (X2), yaitu lokasi King's Hotel Kudus mudah dicari di google maps, responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,4%), setuju (41,3%), netral (25,7%), tidak setuju (11,0%), dan sangat tidak setuju (4,6%). Pada pertanyaan kedua yaitu King's Hotel Kudus memiliki lobi dan ruangan yang cukup luas, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,2%), setuju (33,9%), netral (39,4%), tidak setuju (5,5%), dan sangat tidak setuju (0,9%).

Pada pertanyaan ketiga yaitu lokasi King's Hotel Kudus dilalui oleh banyak transportasi, responden menjawab sangat setuju sebanyak (13,8%), setuju (39,4%), netral (34,9%), tidak setuju (11,9%), dan sangat tidak setuju (0,0%). Pada pertanyaan keempat yaitu lokasi King's Hotel Kudus tergolong strategis di kota Kudus, responden menjawab sangat setuju sebanyak (33,0%), setuju (35,8%), netral (22,0%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (0,9%).

#### **c. Fasilitas (X3)**

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai fasilitas (X3), yaitu King's Hotel Kudus menyediakan toilet dan kamar mandi yang bersih, responden menjawab sangat setuju sebanyak (11,9%), setuju (45,9%), netral (31,2%), tidak setuju (10,1%), dan sangat tidak setuju (0,9%). Pada pertanyaan kedua yaitu King's Hotel Kudus menyediakan lahan parkir bagi tamu

yang membawa mobil dan kendaraan bermotor, responden menjawab sangat setuju sebanyak (13,8%), setuju (37,6%), netral (40,4%), tidak setuju (6,4%), dan sangat tidak setuju (1,8%).

Pada pertanyaan ketiga yaitu King's Hotel Kudus menyediakan tempat yang nyaman untuk menginap, responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,4%), setuju (44,0%), netral (26,6%), tidak setuju (10,1%), dan sangat tidak setuju (1,8%). Pada pertanyaan keempat yaitu King's Hotel Kudus menyediakan tempat yang bersih untuk menginap, responden menjawab sangat setuju sebanyak (23,9%), setuju (32,1%), netral (31,2%), tidak setuju (11,9%), dan sangat tidak setuju (0,9%).

#### **d. Keputusan Konsumen (Y)**

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai keputusan konsumen (Y), yaitu konsumen tertarik untuk menggunakan jasa King's Hotel Kudus, responden menjawab sangat setuju sebanyak (9,2%), setuju (44,0%), netral (43,1%), tidak setuju (3,7%), dan sangat tidak setuju (0,0%). Pada pertanyaan kedua yaitu King's Hotel Kudus menawarkan layanan sewa kamar yang beragam sesuai budget konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,2%), setuju (42,2%), netral (29,4%), tidak setuju (7,3%), dan sangat tidak setuju (0,9%).

Pada pertanyaan ketiga yaitu pelayan memberikan pelayanan dengan menyenangkan kepada tamu King's Hotel Kudus, responden menjawab sangat setuju sebanyak (12,8%), setuju (46,8%), netral (35,8%), tidak setuju (3,7%), dan sangat tidak setuju (0,9%). Pada pertanyaan keempat yaitu konsumen dapat menginap dengan nyaman di King's Hotel Kudus, responden menjawab sangat setuju sebanyak (11,9%), setuju (19,3%), netral (61,5%), tidak setuju (5,5%), dan sangat tidak setuju (1,8%).

### **4. Analisis Data**

#### **a. Uji Validitas Non Responden dan Uji Reliabilitas Non Responden**

##### **1) Uji Validitas Non Responden**

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan



tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Uji validitas non responden dan reliabilitas non responden dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

**a) Harga (X1)**

Hasil uji validitas non responden dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.6 Uji Validitas Harga Non Responden**

No	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	X1.1	0,394	0,3610	Valid
2	X1.2	0,573	0,3610	Valid
3	X1.3	0,509	0,3610	Valid
4	X1.4	0,607	0,3610	Valid
5	X1.5	0,436	0,3610	Valid
6	X1.6	0,374	0,3610	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Untuk tingkat validitas non responden, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk *Degree of freedom* ( $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ ). Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung 28 dengan  $\alpha 0.05$  didapat  $r_{tabel} 0,3610$ . Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas non responden tersebut, pada variabel harga yang terdiri dari 6 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

**b) Lokasi (X2)**

Hasil uji validitas non responden dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.7 Uji Validitas Lokasi Non Responden**

No	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	X2.1	0,372	0,3610	Valid
2	X2.2	0,842	0,3610	Valid
3	X2.3	0,638	0,3610	Valid
4	X2.4	0,817	0,3610	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Untuk tingkat validitas non responden, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r<sub>hitung</sub> dan r<sub>tabel</sub> untuk *Degree of freedom* (df) = n – 2 = 30 – 2 = 28. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 28 dengan alpha 0.05 didapat r<sub>tabel</sub> 0,3610. Jika r<sub>hitung</sub> (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r<sub>tabel</sub> dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas non responden tersebut, pada variabel lokasi yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

**c) Fasilitas (X3)**

Hasil uji validitas non responden dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.8 Uji Validitas Fasilitas Non Responden**

No	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	X3.1	0,434	0,3610	Valid
2	X3.2	0,697	0,3610	Valid
3	X3.3	0,568	0,3610	Valid
4	X3.4	0,655	0,3610	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Untuk tingkat validitas non responden, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r<sub>hitung</sub> dan r<sub>tabel</sub> untuk *Degree of freedom* (df) = n – 2 = 30 – 2 = 28. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 28 dengan alpha 0.05 didapat r<sub>tabel</sub> 0,3610. Jika r<sub>hitung</sub> (untuk r tiap butir dapat



dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas non responden tersebut, pada variabel fasilitas yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

**d) Keputusan Konsumen (Y)**

Hasil uji validitas non responden dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Konsumen Non Responden**

No	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	YQ.1	0,803	0,3610	Valid
2	YQ.2	0,867	0,3610	Valid
3	YQ.3	0,770	0,3610	Valid
4	YQ.4	0,835	0,3610	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Untuk tingkat validitas non responden, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk *Degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2 = 30 - 2 = 28$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung 28 dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,3610. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas non responden tersebut, pada variabel keputusan konsumen yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

**2) Uji Reliabilitas Non Responden**

Uji reliabilitas non responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien alpha > 0,70 maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden**

<b>Variabel</b>	<b>Reliability Coefficiens</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Harga	6 Item	0,726	Reliabel
Lokasi	4 Item	0,797	Reliabel
Fasilitas	4 Item	0,757	Reliabel
Keputusan Konsumen	4 Item	0,831	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* > 0,70, dengan demikian semua variabel (X1, X2, X3 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

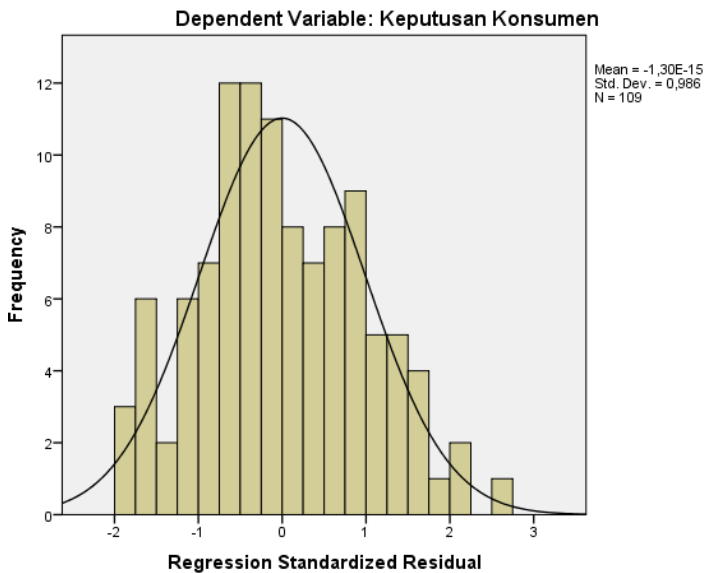
#### **b. Uji Asumsi Klasik**

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

##### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berdasarkan hasil *output* SPSS disajikan pada gambar sebagai berikut:

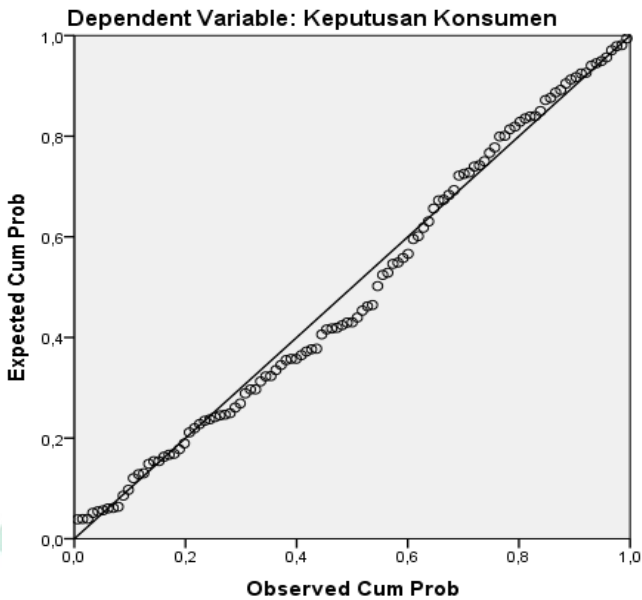
**Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Gambar 4.1 tersebut menunjukkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, sesuai kaidah pengambilan keputusan uji normalitas, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas**  
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas**

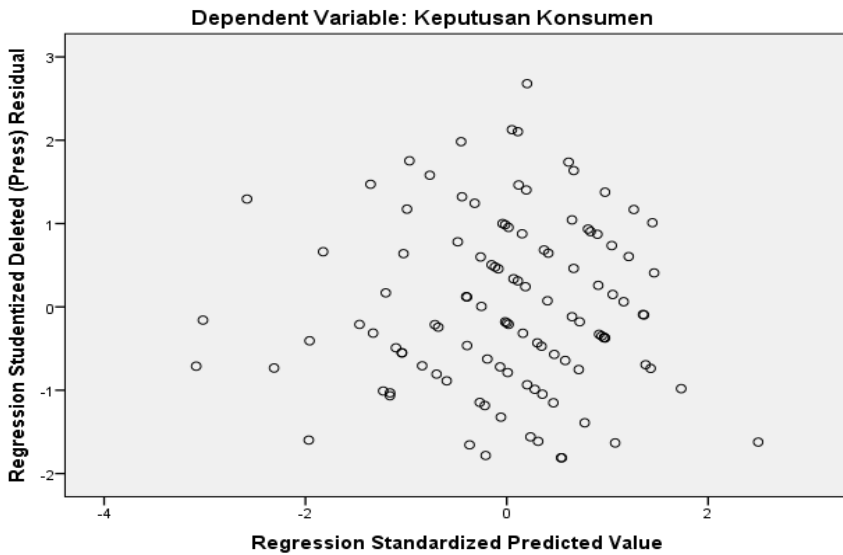
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,664	1,505
Lokasi (X2)	0,737	1,356
Fasilitas (X3)	0,652	1,533

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu harga, lokasi, dan fasilitas, karena semua nilai VIF kurang dari angka 10. Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, artinya tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

**3) Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Berdasarkan grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus.

### c. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus dapat dilihat melalui persamaan regresi pada tabel 4.13.

**Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel	Nilai Koefisien
Konstanta	4,781
Harga (X1)	0,227
Lokasi (X2)	0,191
Fasilitas (X3)	0,215

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dirumuskan ke dalam persamaan berikut:

$$Y = 4,781 + 0,227X_1 + 0,191X_2 + 0,215X_3 + e$$

- a) Nilai sebesar 4,781 merupakan nilai konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari ketiga variabel independen, maka variabel keputusan konsumen (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu sebesar 4,781.
- b) Koefisien regresi 0,227 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan harga sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,227 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.
- c) Koefisien regresi 0,191 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan lokasi sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,191 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.



- d) Koefisien regresi 0,215 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan fasilitas sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,215 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.

## 2) Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel diluar model regresi tersebut (variabel pengganggu) berpengaruh terhadap keputusan konsumen, dapat dilihat pada tabel 4.16.

**Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,619 <sup>a</sup>	0,383	0,365

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar  $r = 0,619^a$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas harga, lokasi, dan fasilitas memiliki hubungan terhadap variabel terikat keputusan konsumen (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Berdasarkan perhitungan, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,365 artinya variabel independen yang terdiri variabel harga, lokasi, dan fasilitas memberikan kontribusi sebesar 36,5% terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus, sehingga ada variabel independen diluar model regresi ini yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus sebesar  $(100\% - 32,5\% = 63,5\%)$  dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan lainnya.

## 3) Uji t Parsial

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam

menerangkan variasi variabel dependen dengan asumsi variabel lain konstan. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan  $t_{hitung}$  dari olah data SPSS.

**Tabel 4.14 Hasil Uji t**

Variabel	Nilai t	Nilai Sig.
Harga (X1)	3,708	0,000
Lokasi (X2)	2,317	0,001
Fasilitas (X3)	2,929	0,004

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

**a) Harga (X1)**

Menentukan uji dua sisi dengan sampel dan  $\alpha = 0,05$ , sehingga didapat *degree of freedom* ( $df = n-k-1$ )  $df = 109-3-1 = 105$ , maka  $t_{tabel} = t_{0,05;105} = 1,98282$ . Nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,708 > t_{tabel}$  sebesar  $1,98282$  serta nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, artinya variabel harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus.

**b) Lokasi (X2)**

Menentukan uji dua sisi dengan sampel dan  $\alpha = 0,05$ , sehingga didapat *degree of freedom* ( $df = n-k-1$ )  $df = 109-3-1 = 105$ , maka  $t_{tabel} = t_{0,05;105} = 1,98282$ . Nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,317 > t_{tabel}$  sebesar  $1,98282$  serta nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  maka hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus.

**c) Fasilitas (X3)**

Menentukan uji dua sisi dengan sampel dan  $\alpha = 0,05$ , sehingga didapat *degree of freedom* ( $df = n-k-1$ )  $df = 109-3-1 = 105$ , maka  $t_{tabel} = t_{0,05;105} = 1,98282$ . Nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,929 > t_{tabel}$  sebesar  $1,98282$  serta nilai signifikan sebesar  $0,004 < 0,05$  maka hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, artinya

variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus.

**4) Uji F Simultan**

Analisis regresi linier berganda dilakukan berdasarkan anggapan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari harga, lokasi, dan fasilitas secara berganda berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus.

**Tabel 4.15 Hasil Uji F Simultan**

Koefisien	Nilai
Nilai F	21,703
Nilai Sig.	0,000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019.

Menentukan besarnya  $F_{tabel}$  dengan sampel  $(n) = 109$  responden dengan dk pembilang= 3,  $\alpha = 0,05$  di dapat  $F_{tabel} = 2,69$ . Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $21,703 > F_{tabel} 2,69$  serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, hal ini berarti harga, lokasi, dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus secara simultan.

**B. Pembahasan**

**1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King’s Hotel Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 0,227. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $3,708 > 1,98282$ ), hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Artinya semakin terjangkau harga yang ditawarkan, maka keputusan konsumen menyewa hotel semakin meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 44,0% setuju bahwa harga sewa Kamar di King’s Hotel Kudus terjangkau bagi masyarakat. Sebanyak 41,3% setuju bahwa harga sewa Kamar di King’s Hotel Kudus mampu bersaing dengan hotel lain di Kudus. Sebanyak 36,7% setuju bahwa harga sewa Kamar di King’s Hotel

Kudus sesuai dengan asumsi konsumen. Sebanyak 42,2% setuju bahwa harga sewa Kamar di King's Hotel Kudus sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh karyawan. Sebanyak 40,4% setuju bahwa King's Hotel Kudus menetapkan harga secara ganjil agar lebih mudah. Sebanyak 37,6% setuju bahwa harga sewa Kamar di King's Hotel Kudus cenderung stagnan atau tidak berubah dalam satu tahun.

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa, Harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa, menjadikan harga sebagai indikator berupa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai suatu indikator *level of quality*.<sup>5</sup>

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra Fure tentang lokasi, keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional, menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.<sup>6</sup> Jika harga semakin rendah maka minat beli konsumen semakin tinggi dan sebaliknya jika harga semakin tinggi maka minat beli konsumen semakin rendah.

## 2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 0,191. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,317 > 1,98282$ ), hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Artinya semakin strategis lokasi hotel dan mudah dijangkau, maka keputusan konsumen menyewa hotel semakin meningkat.

---

<sup>5</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2012), 125-126.

<sup>6</sup>Hendra Fure, "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca", *Jurnal Akuntansi* Vol 1 No. 3, (2013): 5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 41,3% setuju bahwa lokasi King's Hotel Kudus mudah dicari di google maps. Sebanyak 33,9% setuju bahwa King's Hotel Kudus memiliki lobi dan ruangan yang cukup luas. Sebanyak 39,4% setuju bahwa lokasi King's Hotel Kudus dilalui oleh banyak transportasi. Sebanyak 35,8% setuju bahwa lokasi King's Hotel Kudus tergolong strategis di kota Kudus.

Lokasi adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya, Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha, perusahaan perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk pengembangan dimasa depan karena lokasi adalah hal yang dipertimbangkan oleh konsumen.<sup>7</sup>

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra Fure tentang lokasi, keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional, menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.<sup>8</sup> Jika lokasi semakin strategis dan mudah dijangkau maka pembelian juga semakin naik, apabila lokasi yang kurang strategis maka pendapatan juga akan menurun.

### 3. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar hotel di King's Hotel Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel fasilitas (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 0,215. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,929 > 1,98282$ ), hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Artinya fasilitas hotel semakin nyaman dan mempermudah konsumen, maka keputusan konsumen menyewa hotel semakin meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 45,9% setuju bahwa King's Hotel Kudus menyediakan toilet dan kamar mandi yang bersih. Sebanyak 37,6% setuju bahwa King's Hotel Kudus

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Depok: Raja Grafindo, 2013), 140-141.

<sup>8</sup>Hendra Fure, "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca", *Jurnal Akuntansi* Vol 1 No. 3, (2013): 4.

menyediakan lahan parkir bagi tamu yang membawa mobil dan kendaraan bermotor. Sebanyak 44,0% setuju bahwa King's Hotel Kudus menyediakan tempat yang nyaman untuk menginap. Sebanyak 32,1% setuju bahwa King's Hotel Kudus menyediakan tempat yang bersih untuk menginap.

Fasilitas juga menjadi peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk menarik para konsumen. Lokasi merupakan salah satu bagian mendasar bagi konsumen dalam keputusan pembelian, apabila lokasi perusahaan mudah dijangkau, dan mudah diakses oleh transportasi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai tambah tersendiri. Begitu juga dengan fasilitas, fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk, lokasi dan fasilitas juga termasuk pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.<sup>9</sup>

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nicklouse Christian Lempoy, dkk tentang pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder, menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.<sup>10</sup> Jika fasilitas yang disediakan mempermudah konsumen maka keputusan menggunakan jasa juga semakin naik, apabila fasilitas yang kurang nyaman maka pendapatan juga akan menurun.

---

<sup>9</sup> Gadhang Pangenggar, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen "Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant" Semarang)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No. 1 (2015): 2.

<sup>10</sup> Nicklouse Christian Lempoy, dkk, "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder", *Jurnal EMBA* Vol.3 No.1 Maret (2015): 1073.