

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Gambaran Umum Penelitian, Karakteristik, dan Pengalaman Responden**

**4.1.1 Augusta Hotel Pelabuhanratu**

Nama : Augusta Hotel  
Alamat : JL. Raya Pantai Citepus Pelabuhanratu, Kec. Pelabuhanratu  
Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia, 43364  
Telepon : 0822-9871-2646  
Logo :



**Gambar 4. 1**  
**Logo Augusta Hotel Pelabuhanratu**

**4.1.2 Karakteristik Responden Dikaitkan dengan Revisit Intention**

Penelitian ini memakai variabel kontrol *revisit intention*. Hal tersebut didasari oleh kesesuaian konten penelitian ini yang meneliti tentang seberapa jauh gambaran *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Keterkaitan tersebut digunakan untuk memberikan deskripsi yang jelas mengenai permasalahan tersebut, ketika *revisit intention* dikaitkan dengan karakteristik responden akan menghasilkan gambaran yang spesifik tentang *revisit intention* yang ada di Augusta Hotel Pelabuhanratu

Karakteristik responden yang menginap ke Augusta Hotel Pelabuhanratu ini dianalisis berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden, untuk mengetahui responden secara demografis dan secara psikografis. Responden

penelitian adalah tamu yang sudah menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu ke yaitu sebanyak 386 responden.

#### 4.1.2.1 Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia dengan Revisit Intention

Analisis jenis kelamin dan usia yang dikaitkan dengan *revisit intention* responden di Augusta Hotel Pelabuhanratu bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh gambaran *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu didasarkan pada jenis kelamin dan usia. Hasil pengujian terhadap 386 responden dapat menggambarkan karakteristik demografis berdasarkan jenis kelamin dan usia yang dikaitkan dengan keputusan berkunjung disajikan dalam Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Keterkaitan Jenis Kelamin Dan Usia dengan Revisit Intention**

Jenis Kelamin	Usia					Total
	18 – 23 Tahun	24 – 29 Tahun	30 – 35 Tahun	36 – 41 Tahun	>42 Tahun	
Pria	25	76	50	35	14	200
Wanita	23	77	43	23	20	186
<b>Total</b>	48	153	93	58	34	386

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.1 menunjukkan bawa nilai tertinggi responden yang menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu berjenis kelamin pria yaitu sebesar 200 responden sedangkan wanita 186 responden. Sedangkan responden Augusta Hotel Pelabuhanratu didominasi oleh kisaran usia 24-29 tahun sebanyak 153 orang dan responden dengan usia lebih dari 42 tahun mendapatkan perolehan paling kecil sebesar 34 orang.

#### 4.1.2.2 Keterkaitan Domisili dan Pendidikan Terakhir dengan Revisit Intention

Analisis karakteristik responden berdasarkan domisili dan pendidikan terakhir digunakan untuk mengetahui domisili dan pendidikan terakhir tamu yang menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Tabel 4.2 menjelaskan karakteristik responden berdasarkan domisili dan pendidikan terakhir:

**Tabel 4.2**  
**Keterkaitan Domisili dan Pendidikan Terakhir dengan Revisit Intention**

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Domisili	Pendidikan Terakhir					Total
	SMA/ Sederajat	Diploma	S1	S2	S3	
Sukabumi	81	37	13	15	0	146
Bandung	47	31	13	11	1	103
Jakarta	24	16	7	7	0	54
Lainnya	41	32	2	6	2	83
<b>Total</b>	193	116	35	39	3	386

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 responden yang menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu didominasi oleh tamu yang berasal dari Sukabumi yaitu sebanyak 146 responden. Sedangkan responden Augusta Hotel Pelabuhanratu didominasi oleh pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 193 orang dan responden dengan usia pendidikan terakhir S3 mendapatkan perolehan paling kecil sebesar 3 responden.

#### 4.1.2.3 Keterkaitan Pekerjaan dan Rata-Rata Penghasilan dengan Revisit Intention

Analisis pekerjaan dan rata-rata penghasilan yang dikaitkan dengan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh gambaran *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu didasarkan pada pekerjaan dan rata-rata penghasilan. Hasil pengujian terhadap 386 responden dapat menggambarkan karakteristik demografis berdasarkan pekerjaan dan rata-rata penghasilan yang dikaitkan dengan *revisit intention* disajikan dalam Tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Keterkaitan Pekerjaan Dan Rata-Rata Penghasilan dengan Revisit Intention**  
**Rata-Rata Penghasilan**

Pekerjaan	Rata-Rata Penghasilan				Total
	<Rp1.500.000	Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	>Rp3.000.000	
Pelajar/ Mahasiswa	7	16	1	43	67
Pegawai Swasta	13	35	15	91	154

Wirausaha	6	8	10	20	44
PNS	4	10	7	32	53
Lainnya	4	16	12	36	68
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>85</b>	<b>45</b>	<b>222</b>	<b>386</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai tertinggi responden yang menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu yaitu pegawai swasta sebesar 154 responden sedangkan nilai terendah yaitu wirausaha sebesar 44 responden. Sedangkan untuk nilai tertinggi untuk penghasilan yaitu dengan pendapatan sebesar lebih dari Rp3.000.000. Hal ini dikarenakan responden didominasi oleh pegawai swasta. Sedangkan mereka yang berpendapatan kurang dari Rp1.500.000 menjadi nilai terendah yaitu sebesar 34 responden.

#### 4.1.3 Pengalaman Responden dikaitkan dengan Revisit Intention

Ciri atau identitas dan pengalaman setiap tamu saat menginap ke Augusta Hotel Pelabuhanratu tentunya beragam dan berbeda dengan satu sama lain. Karakteristik dan pengalaman tersebut muncul dari hasil kuesioner pengkajian yang dilakukan oleh penulis.

##### 4.1.3.1 Keterkaitan Intensitas dan Tujuan Menginap dengan Revisit Intention

Analisis keterkaitan intensitas dan tujuan menginap dengan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu bertujuan untuk mengetahui berapa kali menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu serta tujuan menginap yang dikaitkan dengan *revisit intention*. Data disajikan pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Keterkaitan Intensitas dan Tujuan Menginap dengan Revisit Intention**

Intensitas	Tujuan Menginap				Total
	Staycation	Urusan bisnis/ pekerjaan	Liburan	Lainnya	
1 Kali	43	0	30	0	73
2 Kali	25	40	141	0	206
3 Kali	0	0	64	0	64
>3 Kali	0	0	15	28	43

<b>Total</b>	68	40	250	28	386
--------------	----	----	-----	----	-----

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan intensitas dan tujuan menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu menunjukkan bahwa nilai tertinggi responden menginap selama 2 kali sebesar 206 responden sedangkan nilai terendah yaitu lebih dari 3 kali dengan 43 responden. Sedangkan nilai tertinggi untuk tujuan menginap yaitu liburan sebesar 250 responden, dan nilai terendah sebesar 28 responden dengan tujuan menginap lainnya.

#### 4.1.3.2 Keterkaitan Bersama Siapa dan Alasan dengan Revisit Intention

Analisis keterkaitan bersama siapa dan alasan ketika menginap dengan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu bertujuan untuk mengetahui dengan siapa menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu serta alasan menginap yang dikaitkan dengan *revisit intention*. Data disajikan pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Keterkaitan Dengan Siapa dan Alasan dengan Revisit Intention**

Dengan Siapa	Alasan					Total
	Fasilitas	Lokasi	Akses	Harga	Lainnya	
Sendiri	10	16	3	0	1	30
Teman	18	18	17	0	6	59
Pasangan	26	19	14	7	1	67
Rekan Kerja	7	33	29	2	0	71
Keluarga	15	50	53	20	21	159
<b>Total</b>	76	136	116	29	29	386

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan Bersama siapa dan alasan di Augusta Hotel Pelabuhanratu menunjukkan bahwa nilai tertinggi responden menginap bersama keluarga sebesar 159 responden sedangkan nilai terendah yaitu sendiri sebesar 30 responden. Sedangkan nilai tertinggi untuk alasan menginap yaitu lokasi sebesar 136 responden, dan nilai terendah sebesar 29 responden dengan alasan menginap harga dan lainnya.

## 4.2 Gambaran *Hotel Attribute* di Augusta Hotel Pelabuhanratu

*Hotel attribute* merupakan variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Sub variabel atau dimensi dari *hotel attribute* terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuesioner yang telah disebarakan secara langsung dan *online* dapat dilihat hasil tanggapan responden.

### 4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Fasilitas

Fasilitas mengacu pada berbagai layanan, infrastruktur dan barang yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan tamu yang menginap, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi fasilitas dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4. 6**  
**Tanggapan Responden terhadap Fasilitas**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat seberapa lengkap dan memadai fasilitas yang disediakan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu.	153	162	63	7	1	1617	33,56%
2	Tingkat kualitas fasilitas yang disediakan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu.	151	161	57	13	4	1600	33,21%
3	Tingkat seberapa memuaskan fasilitas tambahan seperti gym, kolam renang, dan spa di Augusta Hotel Pelabuhanratu.	152	154	66	13	1	1601	33,23%
Total							4818	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.6 mengenai tanggapan responden terhadap fasilitas diketahui bahwa tanggapan responden mengenai fasilitas yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada tingkat seberapa lengkap dan memadai fasilitas yang disediakan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1617 dan

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

persentase 33,56%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat seberapa memuaskan fasilitas tambahan seperti gym, kolam renang, dan spa di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1601 dan persentase 33,23%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat kualitas fasilitas yang disediakan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1600 dan persentase 33,21%.

#### 4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Lokasi

Lokasi mengacu pada tempat di mana hotel tersebut berada atau terletak. Lokasi hotel adalah faktor penting dalam memilih akomodasi karena dapat mempengaruhi kenyamanan, aksesibilitas, dan kemudahan tamu dalam menjelajahi area sekitar, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi lokasi dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

**Tabel 4. 7**  
**Tanggapan Responden terhadap Lokasi**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat seberapa strategis dan mudah dijangkau lokasi Augusta Hotel Pelabuhanratu.	164	152	57	13	0	1625	33,23%
2	Tingkat seberapa nyaman lingkungan di sekitar Augusta Hotel Pelabuhanratu.	156	182	46	2	0	1650	33,74%
3	Tingkat seberapa dekat lokasi Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan tempat-tempat wisata utama.	154	156	69	7	0	1615	33,03%
Total							4890	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.7 mengenai tanggapan responden terhadap lokasi diketahui bahwa tanggapan responden mengenai lokasi yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item tingkat seberapa nyaman lingkungan di sekitar Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1650 dan persentase

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

33,74%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat seberapa strategis dan mudah dijangkau lokasi Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1625 dan persentase 33,23%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat seberapa dekat lokasi Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan tempat-tempat wisata utama dengan skor sebesar 1615 dan persentase 33,03%.

### 4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan

Kualitas layanan mengacu pada tingkat kepuasan dan kepuasan pelanggan terhadap pengalaman mereka selama menginap di hotel. Ini melibatkan sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap pengalaman positif pelanggan, termasuk pelayanan pelanggan, kebersihan, kenyamanan, fasilitas, makanan dan minuman, serta upaya umum hotel untuk menenuhi harapan tamu, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi kualitas layanan dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4. 8**  
**Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat keramahan staf Augusta Hotel Pelabuhanratu.	138	161	79	6	2	1585	33,17%
2	Tingkat efisiensi pelayanan yang diberikan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu.	146	165	68	6	1	1607	33,63%
3	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan di Augusta Hotel Pelabuhanratu.	135	166	78	6	1	1586	33,19%
Total							4778	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.8 mengenai tanggapan responden terhadap kualitas layanan diketahui bahwa tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item tingkat efisiensi pelayanan yang diberikan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1607 dan

persentase 33,63%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat kualitas pelayanan yang diberikan di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1586 dan persentase 33,19%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu Tingkat keramahan staf Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1585 dan persentase 33,17%.

#### 4.2.4 Tanggapan Responden terhadap Harga

Harga mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh tamu untuk menginap di sebuah hotel, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi harga dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden terhadap Harga**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat seberapa sesuai harga yang ditawarkan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan fasilitas yang diberikan.	127	175	78	6	0	1581	33,62%
2	Tingkat kompetitif harga Augusta Hotel Pelabuhanratu dibandingkan dengan hotel lain.	120	173	85	8	0	1563	33,24%
3	Tingkat seberapa sesuai nilai yang diterima terhadap biaya yang dikeluarkan oleh tamu di Augusta Hotel Pelabuhanratu	123	161	95	7	0	1558	33,13%
Total							4702	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.9 mengenai tanggapan responden terhadap harga diketahui bahwa tanggapan responden mengenai harga yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item tingkat seberapa sesuai harga yang ditawarkan oleh Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan fasilitas yang diberikan dengan skor sebesar 1581 dan persentase 33,62%. Indikator yang menduduki

peringkat kedua yaitu tingkat kompetitif harga Augusta Hotel Pelabuhanratu dibandingkan dengan hotel lain dengan skor sebesar 1563 dan persentase 33,24%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat seberapa sesuai nilai yang diterima terhadap biaya yang dikeluarkan oleh tamu di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1558 dan persentase 33,13%.

#### 4.2.5 Tanggapan Responden terhadap Keamanan

Keamanan mengacu pada langkah-langkah dan fasilitas yang diterapkan oleh hotel untuk melindungi tamu karyawan dan properti hotel dari ancaman yang dapat mengganggu keamanan, keselamatan, atau kenyamanan, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi keamanan dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4. 10**  
**Tanggapan Responden terhadap Keamanan**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat keamanan tamu selama menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu.	162	162	58	3	1	1639	33,69%
2	Tingkat seberapa baik sistem keamanan di Augusta Hotel Pelabuhanratu.	141	167	74	4	0	1603	32,95%
3	Tingkat jaminan keamanan barang-barang tamu selama menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu.	161	149	70	6	0	1623	33,36%
Total							4865	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.10 mengenai tanggapan responden terhadap keamanan diketahui bahwa tanggapan responden mengenai keamanan yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item tingkat keamanan tamu selama menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1639 dan persentase 33,69%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat jaminan keamanan barang-

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

barang tamu selama menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1623 dan persentase 33,36%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat seberapa baik sistem keamanan di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1603 dan persentase 32,95%.

#### 4.2.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap *Hotel Attribute* di Augusta Hotel Pelabuhanratu

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil tanggapan responden terhadap *hotel attribute* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Hasil rekapitulasi tanggapan responden secara lengkap disajikan dalam Tabel 4.11:

**Tabel 4. 11**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Hotel Attribute di Augusta Hotel Pelabuhanratu**

No.	Dimensi	Total Skor	Jumlah Pertanyaan	Rata-Rata Skor	%
1	Fasilitas	4818	3	1606	20,03%
2	Lokasi	4890	3	1630	20,33%
3	Kualitas Layanan	4778	3	1592,7	19,86%
4	Harga	4702	3	1567,3	19,55%
5	Keamanan	4865	3	1621,7	20,23%
<b>Total</b>		<b>24053</b>	<b>12</b>	<b>8017,7</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.11 terdapat gambaran mengenai rekapitulasi tanggapan responden mengenai *hotel attribute*, yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan. Diketahui bahwa subvariabel dari *hotel attribute* yang memiliki skor tertinggi adalah lokasi dengan skor sebesar 4890 dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1630, dan nilai persentase sebesar 20,33%. Sub variabel yang memiliki peringkat kedua adalah keamanan dengan skor sebesar 4865 dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1621,7, dan nilai persentase sebesar 20,23%. Subvariabel yang memiliki peringkat ketiga adalah fasilitas dengan skor sebesar 4818 dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1606, dan nilai persentase sebesar 20,03%. Subvariabel yang memiliki peringkat keempat adalah kualitas layanan dengan skor sebesar 4778 dari 3 item

pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1592,7, dan nilai persentase sebesar 19,86%. Subvariabel terakhir yang memiliki peringkat kelima adalah harga dengan skor sebesar 4702 dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1567,3, dan nilai persentase sebesar 19,55%.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa subvariabel yang memiliki skor paling tinggi adalah lokasi, hal ini berarti tamu sangat mempertimbangkan lokasi hotel saat memutuskan untuk kembali menginap. Sedangkan subvariabel yang memiliki skor paling rendah adalah harga, hal ini dikarenakan harga bukan merupakan faktor penentu utama dalam keputusan tamu untuk kembali menginap, namun tetap perlu diperhatikan. Untuk mengetahui kedudukan persentase *hotel attribute* secara keseluruhan, maka perlu dilakukan perhitungan dengan garis kontinum dengan total skor rata-rata yang telah dihitung. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi 15 pertanyaan dilakukan perhitungan sebagai berikut.

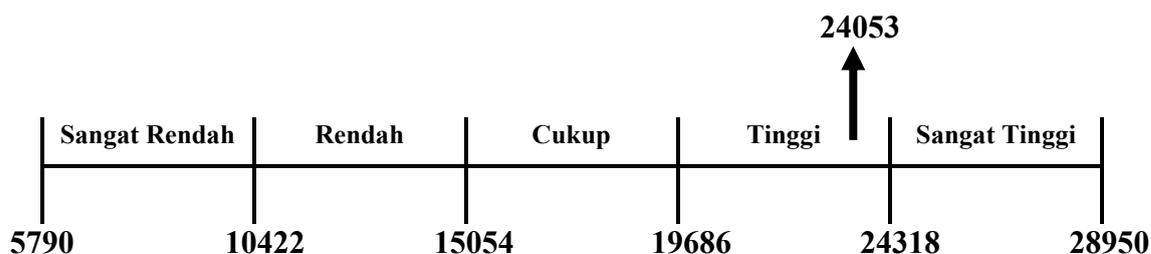
$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Maksimum} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{Jumlah item} \times \text{Jumlah responden} \\ &= 5 \times 15 \times 386 = 28950 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Minimum} &= \text{Skor terendah} \times \text{Jumlah item} \times \text{Jumlah responden} \\ &= 1 \times 15 \times 386 = 5790 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jenjang Variabel} &= \text{Nilai indeks maksimum} - \text{Nilai indeks minimum} \\ &= 28950 - 5790 = 23160 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Jenjang variabel} : \text{Banyak kelas interval} \\ &= 23160 : 5 = 4632 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diketahui bahwa skor ideal yang diharapkan adalah 28950 dengan total skor yang didapatkan dari *hotel attribute* sebesar 24053. Berikut posisi garis kontinum *hotel attribute* yang dapat dilihat dalam Gambar 4.4.



### Gambar 4. 2 Variabel Hotel Attribute Pada Garis Kontinum

Hasil pengolahan data pada Gambar 4.2 idealnya menjelaskan nilai berkelanjutan dari agregasi tanggapan responden dalam menilai *hotel attribute* dengan skor 28950 yang ditunjukkan pada gambar, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan berada di daftar teratas. Artinya keberadaan *hotel attribute* yang dianggap baik, perlu dipertahankan atau ditingkatkan lagi guna meningkatkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu.

#### 4.3 Gambaran *Revisit Intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu

*Revisit intention* merupakan variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Sub variabel atau dimensi dari *revisit intention* terdiri dari *intention to Recommend* dan *intention to revisit*. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuesioner yang telah disebarakan secara langsung dan *online* dapat dilihat hasil tanggapan responden.

##### 4.3.1 Tanggapan Responden terhadap *Intention to Recommend*

*Intention to recommend* mengacu pada keinginan *customer* untuk merekomendasikan kepada orang lain, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi *intention to recommend* dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4. 12**  
**Tanggapan Responden terhadap *Intention to Recommend***

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Augusta Hotel Pelabuhanratu kepada keluarga dan orang terdekat	139	178	64	4	1	1608	33,40%
2	Tingkat kesediaan tamu untuk mengajak followersnya di media sosial untuk menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu	125	175	74	11	1	1570	32,61%

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3	Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Augusta Hotel Pelabuhanratu sebagai tujuan utama menginap.	145	192	46	3	0	1637	34,00%
Total							4815	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.12 mengenai tanggapan wisatawan terhadap *intention to recommend* diketahui bahwa tanggapan responden mengenai *intention to recommend* yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Augusta Hotel Pelabuhanratu sebagai tujuan utama menginap dengan skor sebesar 1637 dan persentase 34%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Augusta Hotel Pelabuhanratu kepada keluarga dan orang terdekat dengan skor sebesar 1608 dan persentase 33,40%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat kesediaan tamu untuk mengajak followersnya di media sosial untuk menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1570 dan persentase 32,61%.

#### 4.3.2 Tanggapan Responden terhadap *Intention to Revisit*

*Intention to revisit* mengacu pada keinginan *customer* untuk kembali berkunjung, secara langsung membuat pengalaman tamu selama menginap di suatu hotel menambah nilai. Hal ini dapat menimbulkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Responden telah memberikan penilaiannya terhadap dimensi *intention to revisit* dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4. 13**  
**Tanggapan Responden terhadap Intention to Revisit**

No	Item Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor	%
		ST	T	CT	R	SR		
1	Tingkat keinginan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu	133	169	70	12	2	1577	33,01%
2	Tingkat kesediaan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu	132	182	60	12	0	1592	33,33%

3	Tingkat keyakinan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu	152	163	57	11	3	1608	33,66%
Total							4777	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dilihat dari Tabel 4.13 mengenai tanggapan wisatawan terhadap *intention to revisit* diketahui bahwa tanggapan responden mengenai *intention to revisit* yang memperoleh nilai tertinggi adalah pertanyaan pada item tingkat keyakinan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1608 dan persentase 33,66%. Indikator yang menduduki peringkat kedua yaitu tingkat kesediaan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1592 dan persentase 33,33%. Dan indikator yang menduduki peringkat terakhir yaitu tingkat keinginan tamu untuk menginap kembali di Augusta Hotel Pelabuhanratu dengan skor sebesar 1577 dan persentase 33,01%.

#### 4.3.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap *Revisit Intention* di Augusta Pelabuhanratu

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil tanggapan responden terhadap *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu. Hasil rekapitulasi tanggapan responden secara lengkap disajikan dalam tabel 4.14:

**Tabel 4. 14**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Revisit Intention di Augusta Pelabuhanratu**

No.	Dimensi	Total Skor	Jumlah Pertanyaan	Rata-Rata Skor	%
1	<i>Intention to recommend</i>	4815	3	1605	50,20%
2	<i>Intention to revisit</i>	4777	3	1592,3	49,80%
<b>Total</b>		<b>9592</b>	<b>6</b>	<b>3197,3</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Dilihat dari Tabel 4.14 terdapat gambaran mengenai rekapitulasi tanggapan responden mengenai *revisit intention*, yang terdiri dari *intention to recommend* dan *intention to revisit*. Diketahui bahwa subvariabel dari *revisit intention* yang memiliki skor tertinggi adalah *intention to recommend* dengan skor sebesar 4815

Adli Widya, 2024

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP REVISIT INTENTION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1605, dan nilai persentase sebesar 50,20%. Subvariabel terakhir yang memiliki peringkat kedua adalah *intention to revisit* dengan skor sebesar 4777 dari 3 item pertanyaan, memiliki skor rata-rata sebesar 1592,3, dan nilai persentase sebesar 49,80%.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan, ringkasan umpan balik responden terhadap *revisit intention* Augusta Hotel Pelabuhanratu memiliki skor 9592 dengan total 6 pertanyaan dengan skor rata-rata 3197,3. Kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai indeks maksimum dan nilai indeks minimum, maka perlu dilakukan perhitungan dengan garis kontinum dengan total skor rata-rata yang telah dihitung. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi 6 pertanyaan. Untuk mengetahui persentase skor dan posisi *revisit intention* dilakukan perhitungan sebagai berikut.

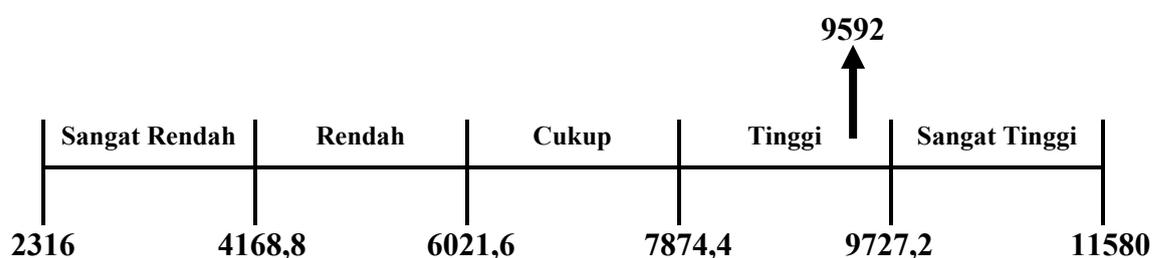
$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Maksimum} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{Jumlah item} \times \text{Jumlah responden} \\ &= 5 \times 6 \times 386 = 11580 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Minimum} &= \text{Skor terendah} \times \text{Jumlah item} \times \text{Jumlah responden} \\ &= 1 \times 6 \times 386 = 2316 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jenjang Variabel} &= \text{Nilai indeks maksimum} - \text{Nilai indeks minimum} \\ &= 11580 - 2316 = 9264 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Jenjang variabel} : \text{Banyak kelas interval} \\ &= 9264 : 5 = 1852,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diketahui bahwa skor ideal yang diharapkan adalah 11580 dengan total skor yang didapatkan dari *revisit intention* sebesar 9592. Berikut posisi garis kontinum *revisit intention* yang dapat dilihat dalam Gambar 4.3.



**Gambar 4.3**  
**Variabel Revisit Intention Pada Garis Kontinum**

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Gambar 4.3. menjelaskan secara ideal, nilai kontinum, hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai *revisit*

*intention* yaitu 9592. Sesuai dengan data penilaian, nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi artinya *intention to recommend* dan *intention to revisit* telah baik, akan tetapi harus tetap dipertahankan agar skor dari tiap dimensi tetap tinggi, tidak menurun.

#### **4.4 Pengaruh *Hotel Attribute* terhadap *Revisit Intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu**

Pengujian hipotesis mengenai pengaruh *hotel attribute* yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan dengan cara menganalisis hubungan pengaruh antar skor item ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ( $X_4$ ) ( $X_5$ ) yang berpengaruh terhadap *revisit intention* ( $Y$ ) yang dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda baik secara simultan maupun parsial.

##### **4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda**

###### **4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas**

Larangan asumsi dalam analisis jalur harus dideteksi. Cara untuk mendeteksi bahwa larangan dalam analisis jalur tidak terjadi adalah dengan menguji asumsi klasi yang harus dipenuhi secara statistik. Tujuan pengujian hipotesis normal adalah untuk mengetahui apakah variabel residual berdistribusi normal dalam model regresi yang digunakan. Data yang layan untuk digunakan dalam survey adalah data berdistribusi normal. Berikut ini adalah dasar untuk keputusan test standar:

- a. Jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Sig. < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.
- c. Jika benuk kurva tidak miring atau cenderung seimbang berdasarkan bentuk kedua kurva kiri dan kanan, dan kurva hamper seluruhnya berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*), datanya dapat dikatakan berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil pengujian asumsi normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Dengan Menggunakan Kolmogorov Smirnov**

---

Unstandardized Residual

---

N		386
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96706866
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.024
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.15 terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,068. Hal tersebut dapat menyimpulkan karena nilai Asymp. Sig > 0,05 (Alpha), maka nilai residual terstandarisasi dikatakan berdistribusi normal.

#### 4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas

Uji Kolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel berada dalam hubungan linear. Tes ini sering digunakan sebagai prasyarat untuk regresi linear atau analisis korelasi. Uji SPSS menggunakan uji linearitas dengan taraf signifikansi 0,05. Jika tingkat signifikansi (linear) lebih kecil dari 0,05 kedua variabel tersebut berada dalam hubungan linear. Hasil linearitas ditunjukkan pada Tabel 4.16.

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Pengujian Asumsi Linearitas**  
**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined) 391.581	22	17.799	2.029	.004
Revisit Intention* Hotel Attribute	Between Groups	Linearity 111.933	1	111.933	12.762	.000
		Deviation from Linearity 279.648	21	13.317	1.518	.068
Within Groups		3183.704	363	8.771		
Total		3575.285	385			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa linearitas variabel terikan dan variabel bebas memiliki hubungan yang linear, karena signifikansi variabel bebas memiliki nilai signifikansi linear sebesar  $< 0,05$  adalah 0,000.

#### 4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi

Aurokorelasi melibatkan hubungan antar studi (pengamatan), baik berupa studi *time series* maupun *cross-sectional*. Model regresi yang baik tidak memiliki autokorelasi. Jika nilai Durbin-Watson pada tabel hasil pengujian lebih besar atau sama dengan 1 atau lebih besar dari 3, maka model regresi tidak memiliki autokorelasi. Hasil pengujian hipotesis autokorelasi dapat ditunjukkan pada Tabel 4.17 di bawah ini.

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	1.661

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Dari Tabel 4.17 dapat kita lihat bahwa nilai Durbn-Watson yang dihasilkan adalah 1.661. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi karena nilai Durbin-Watson lebih besar atau sama dengan 1 dan kurang dari atau sama dengan 3.

#### 4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Heterokedastisitas

Varians variabel-variabel adalah varians residual yang konstan dalam regresi, sehingga keakuratan hasil prediksi menjadi dipertanyakan. Residual pada perubahan varians semakin besar semakin besar pengamatan. Suatu regresi dikatakan tidak memiliki varians variabel yang terdeteksi jika distribusi harga yang diprediksikan tidak membentuk pola tertentu (naik atau turun). Uji ubah varians bertujuan untuk melihat ada tidaknya ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dikatakan memenuhi syarat jika tidak memiliki varians variabel. Dasar penarikan kesimpulan tentang uji varians adalah tidak terdapat varians variabel jika nilai Sig.  $> 0,05$  dan memiliki varians

variabel jika nilai Sig. < 0,05. Tabel berikut menunjukkan hasil uji varians sebagai berikut pada Tabel 4.18.

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Pengujian Asumsi Heterokedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.415	2.407		6.819	.000
1					
Fasilitas	.077	.080	.049	.962	.337
Lokasi	.122	.088	.070	1.387	.166
Kualitas Layanan	.086	.087	.050	.990	.323
Harga	.128	.090	.072	1.425	.155
Keamanan	.263	.088	.150	2.970	.030

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan varians yang tidak seragam. Nilai Sig > 0,05 ditentukan dalam tabel hasil pengujian. Tabel 4.18 menunjukkan bahwa tidak terdapat varians yang heterogen karena nilai signifikansi dari masing-masing dimensi lebih besar dari 0,05. Masing-masing diantaranya yaitu .337, .166, .323, .155 dan .030.

#### 4.4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terdapat korelasi yang kuat antara satu variabel bebas dengan variabel lainnya dalam analisis regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independent (tidak ada multikolinearitas). Jika variabel-variabel bebas tersebut saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut bukanlah variabel bebas yang orthogonal, tetapi nilai korelasi antar variable bebasnya adalah nol. Pendeteksian multikolinearitas dapat dilakukan dengan menguji nilai *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10 (VIF < 10), dan nilai tolerance dari 0,10 (*tolerance* > 0,10). Berikut adalah Tabel 4.19 hasil uji hipotesis multikolinearitas.

**Tabel 4. 19**  
**Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas**

Model	Colinearity Statistics
-------	------------------------

	Tolerance	VIF
Fasilitas	.992	1.008
Lokasi	.994	1.006
Kualitas Layanan	.993	1.007
Harga	.996	1.004
Keamanan	.995	1.005

Dependent Variabel: *Revisit Intention*

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah fasilitas sebesar 1.008, lokasi sebesar 1.006, kualitas layanan sebesar 1.007, harga sebesar 1.004 dan keamanan sebesar 1.005. Disini, kelima variabel tersebut kurang dari 10. Artinya variabel yang diteliti tidak memiliki multikolinearitas. Toleransi untuk empat dimensi juga kurang dari 0,10 dan masing-masing bernilai 0.992, 0.994, 0.993, 0.996 dan 0.995. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada semua aspek *hotel attribute* yang diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.4.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yang diteliti. Ada hubungan yang sangat erat antara korelasi dan regresi. Koefisien determinasi menunjukkan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Baik uji korelasi maupun koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan variabel X terhadap Y dalam suatu faktor yang berhubungan dengan perubahan satu atau lebih banyak faktor lain berdasarkan koefisien korelasi. Berikut adalah Tabel 4.20 terkait data nilai korelasi dan koefisien determinasi untuk mengetahui *hotel attribute* terhadap *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu.

**Tabel 4. 20**  
**Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619	.038	.026	3.008

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) hubungan antara *hotel attribute* terhadap *revisit intention* adalah sebesar 0,619. Dapat disimpulkan bahwa

besarnya korelasi atau hubungan antara *hotel attribute* terhadap *revisit intention* berada dalam kategori tinggi seperti pada Tabel 4.23 yaitu antara 0,600 – 0,799. Selanjutnya, dapat diketahui pula bahwa nilai koefisiensi determinasi (R) sebesar 0,619 menunjukkan bahwa setiap dimensi *hotel attribute* (X) berkontribusi sebesar 61.9% terhadap variabel *revisit intention*. Sedangkan 39.1% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.4.3 Pengaruh *Hotel Attribute* terhadap *Revisit Intention* Secara Model Fit (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  untuk menguji signifikansi dari analisis regresi. Berikut adalah keluaran ANOVA seperti terlihat pada Tabel 4.21 berikut.

**Tabel 4. 21**  
**Hasil Uji Secara Model Fit (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137.396	5	27.479	3.037	.000
	Residual	3437.889	380	9.047		
	Total	3575.285	385			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 3,037. Nilai tersebut merupakan nilai  $F_{hitung}$  dari korelasi antara setiap dimensi *hotel attribute* (X) terhadap *revisit intention* (Y) secara keseluruhan dengan tingkat probabilitas Sig. 0,000. Nilai  $F_{hitung}$  (3,037), jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  2,24 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *hotel attribute* (X) di Augusta Hotel Pelabuhanratu yang terdiri dari *fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan* terhadap variabel *revisit intention* (Y).

#### 4.4.4 Pengaruh *Hotel Attribute* terhadap *Revisit Intention* Secara Parsial (Uji T)

Pengujian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Uji T dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Berikut output koefisien regresi seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.22 berikut.

**Tabel 4. 22**  
**Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	16.415	2.407		6.819	.000
	Fasilitas	.077	.080	.049	1.978	.337
	Lokasi	.122	.088	.070	1.987	.166
	Kualitas Layanan	.086	.087	.050	1.990	.323
	Harga	.128	.090	.072	2.425	.155
	Keamanan	.263	.088	.150	2.970	.030

a. Dependent Variable: *Revisit Intention*

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan pengaruh secara parsial antara dimensi *hotel attribute* melalui  $t_{tabel}$  pengetahuan pada derajat kebebasan (df) dan  $\alpha=10\%$  menggunakan uji dua pihak menjadi 5%. Hal ini dapat dijelaskan dengan membandingkan tingkat signifikansi atau dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi fasilitas terhadap *revisit intention* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,978 < 1,96$ .
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi lokasi terhadap *revisit intention* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,987 > 1,96$ .
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas layanan terhadap *revisit intention* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,990 > 1,96$ .
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi harga terhadap *revisit intention* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,425 > 1,96$ .

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi keamanan terhadap *revisit intention* dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,970 > 1,96$ .

Hasil pengujian diatas menjelaskan bahwa secara parsial keseluruhan dimensi memiliki pengaruh signifikan yaitu fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan. Hal ini dikarenakan fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan ini dianggap sudah cukup baik dan sesuai yang diinginkan oleh tamu saat mereka menginap ke Augusta Hotel Pelabuhanratu.

#### 4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh *Hotel Attribute* terhadap *Revisit Intention*

Berdasarkan Tabel 4.26 dalam nilai t hitung didapatkan persamaan regresi berganda untuk pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Berkunjung dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 16.415 + 1.978X_1 + 1.987X_2 + 1.990X_3 + 2.425X_4 + 2.970X_5$$

Keterangan :

Y = *Revisit Intention*

X<sub>1</sub> = Fasilitas

X<sub>2</sub> = Lokasi

X<sub>3</sub> = Kualitas Layanan

X<sub>4</sub> = Harga

X<sub>5</sub> = Keamanan

Hasil analisis menunjukkan nilai konstanta 16.415 artinya jika X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>3</sub>,X<sub>4</sub>,X<sub>5</sub> diabaikan maka tingkat *revisit intention* sebesar 16.415. Koefisien X<sub>1</sub> sebesar 1.978 berarti bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan nilai fasilitas akan menaikkan nilai *revisit intention* sebesar 1.978. Koefisien X<sub>2</sub> sebesar 1.987 berarti bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan nilai lokasi akan menaikkan nilai *revisit intention* sebesar 1.987. Koefisien X<sub>3</sub> sebesar 1.990 berarti bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan nilai lokasi akan menaikkan nilai *revisit intention* sebesar 1.990. Koefisien X<sub>4</sub> sebesar 2.425 berarti bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan nilai harga akan menaikkan nilai *revisit intention* sebesar 2.425. Koefisien

X5 sebesar 2.970 berarti bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan nilai keamanan akan menaikkan nilai *revisit intention* sebesar 2.970.

## **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.5.1 Tanggapan Responden terhadap *Hotel Attribute* di Augusta Hotel Pelabuhanratu**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari hasil penilaian responden terhadap keseluruhan subvariabel *hotel attribute* yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan maka diperoleh hasil rekapitulasi seluruh tanggapan wisatawan.

Tabel 4.11 memaparkan bahwa subvariabel yang memiliki skor paling tinggi adalah lokasi dengan persentase skor 20,33% hal ini berarti lokasi yang strategis memberikan keunggulan kompetitif bagi Augusta Hotel Pelabuhanratu. Tamu mungkin memilih hotel Anda karena lokasinya yang dekat dengan tempat wisata, pusat perbelanjaan, atau akses transportasi yang mudah. Sedangkan subvariabel yang memiliki skor paling rendah adalah harga dengan persentase skor 19,55%, hal ini tamu yang menginap di Augusta Hotel Pelabuhanratu tampaknya tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan utama dalam memutuskan untuk kembali menginap.

Untuk mengetahui kedudukan *hotel attribute* secara keseluruhan maka dengan merujuk pada Gambar 4.2 garis kontinum *hotel attribute* dapat dilihat bahwa nilai kontinum berada pada kategori tinggi, artinya keinginan tamu pada indikator fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan dianggap sudah baik yang mana hal tersebut harus dipertahankan atau ditingkatkan lagi, guna meningkatkan *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu.

### **4.5.2 Tanggapan Responden terhadap *Revisit Intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari hasil penilaian responden terhadap keseluruhan subvariabel *revisit intention* yang terdiri dari *intention to recommend* dan *intention to revisit* maka diperoleh hasil rekapitulasi seluruh tanggapan responden.

Tabel 4.14 memaparkan bahwa subvariabel yang memiliki skor paling tinggi adalah *intention to recommend* dengan persentase skor 50,20% hal ini mengindikasikan adanya potensi loyalitas tamu yang tinggi. Tamu yang merekomendasikan hotel Augusta Hotel Pelabuhanratu cenderung akan kembali menginap di masa depan dan menjadi pelanggan setia. Sedangkan subvariabel yang memiliki skor paling rendah adalah *intention to revisit* dengan persentase skor 49,80%. Untuk menentukan posisi persentase *revisit intention* secara keseluruhan, perhitungan harus dilakukan dengan menggunakan garis kontinum dengan nilai rata-rata keseluruhan yang dihitung. Dapat dilihat bahwa nilai kontinum *revisit intention* berada pada kategori tinggi.

#### 4.5.3 Pengaruh *Hotel Attribute* terhadap *Revisit Intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.20. Hasil pengujian koefisiensi determinasi, nilai korelasi (R) hubungan antara *hotel attribute* terhadap *revisit intention* 0.619, sehingga dapat diartikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan nilai koefisiensi determinasi menunjukkan bahwa setiap subvariabel *hotel attribute* yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas layanan, harga, dan keamanan memiliki kontribusi sebesar 61,9% terhadap variabel *revisit intention*. Sedangkan 38,1%% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan mengenai pengujian hipotesis pengaruh *hotel attribute* terhadap *revisit intention* secara simultan merujuk pada Tabel 4.21. Hasil uji secara simultan (Uji F), menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 3.037 merupakan nilai  $F_{hitung}$  dari korelasi antara setiap dimensi *hotel attribute* (X) terhadap *revisit intention* (Y) secara keseluruhan dengan tingkat probabilitas Sig. 0,000. Nilai  $F_{hitung}$  (3,037), jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  2,24 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *hotel attribute* (X) di Augusta Hotel Pelabuhanratu yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan terhadap variabel *revisit intention* (Y).

## 4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian

### 4.6.1 Temuan Bersifat Teoritik

Berdasarkan hasil kajian serta penelitian mengenai pengaruh *hotel attribute* terhadap *revisit intention*, maka terdapat beberapa temuan teoritik sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil temuan penelitian, penulis memperkuat konsep (Rahmah & Wibowo, 2020), menyatakan bahwa *revisit intention* merupakan salah satu faktor utama bagi konsumen untuk melakukan keputusan berkunjung.
2. Berdasarkan hasil temuan penelitian, penulis memperkuat konsep (Charli & Putri, 2021), menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Hotel Attributes* terhadap *revisit intention* baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian oleh penulis menemukan bahwa dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* yaitu fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan.

### 4.6.2 Temuan Bersifat Empirik

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *hotel attribute* terhadap *revisit intention*, maka terdapat beberapa temuan empiris sebagai berikut.

1. Berdasarkan temuan penelitian penulis, secara simultan menunjukkan bahwa *hotel attribute* yang terdiri dari fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Secara parsial keseluruhan dimensi *hotel attribute* yaitu fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, harga dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*.
2. Hasil dari *revisit intention* di Augusta Hotel Pelabuhanratu yang terdiri dari *intention to recommend* dan *intention to revisit* mendapatkan tanggapan yang tinggi dari responden. Nilai yang paling tinggi ada pada subvariabel *intention to recommend*, dapat dikatakan bahwa pihak Augusta Hotel Pelabuhanratu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih fokus pada rekomendasi dari tamu, misalnya dengan membuat

kampanye testimonial atau mengajak tamu untuk memberikan ulasan di platform online.

3. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini maka diyakini bahwa hasil penelitian ini mengukuhkan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa *hotel attribute* memberikan pengaruh terhadap *revisit intention* Augusta Hotel Pelabuhanratu.

Berdasarkan peneluman teoritis dan empiris, penelitian ini diyakini dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan ilmu pemasaran pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan *hotel attribute* Augusta Hotel Pelabuhanratu.