

hubungan yang kuat antara dua variabel tersebut dan nilai R yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut.

Koefisien korelasi bisa menjadi positif maupun negatif. Nilai koefisien yang positif berarti hubungan kedua variabel tersebut berbanding lurus, artinya peningkatan variabel X bersamaan dengan peningkatan variabel Y. Sedangkan, nilai koefisien yang negatif berarti hubungan kedua variabel tersebut berbanding terbalik.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.6
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interprestasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013)

4. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam analisis jalur digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent (X_1, X_2, X_3, X_4) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:626) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

5. Pengujian Analisis Jalur Berganda

Regresi berganda merupakan model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor dan merupakan lanjutan dari regresi linear sederhana. variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *service convenience* (X) yang terdiri dari *decision convenience* (X_1), *access convenience* (X_2), *transaction*

convenience (X_3), *benefit convenience* (X_4), dan *post-benefit convenience* (X_5). Variabel terikat (*dependent variabel*) dalam penelitian ini yaitu *revisit intention* (Y). Berikut merupakan rumus untuk menentukan model persamaan regresi berganda:

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

Keterangan:

Y = Nilai variabel terkait (variabel dependen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independent

X_1 = *Decsion convenience*

X_2 = *Access convenience*

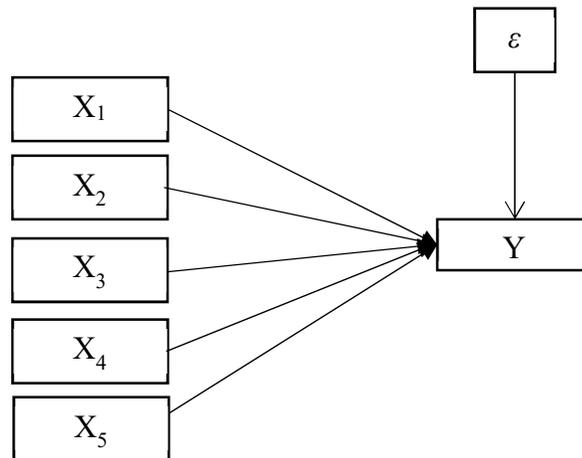
X_3 = *Transaction convenience*

X_4 = *Benefit convenience*

X_5 = *Post-benefit convenience*

ε = *Epsilon* (variabel ain yang tidak diteliti)

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menerjemahkan kedalam hipotesis yang menyatakan pengaruh variabel independent X yaitu *service convenience* yang terdiri dari *decision convenience* (X_1), *access convenience* (X_2), *transaction convenience* (X_3), *benefit convenience* (X_4), dan *post-benefit convenience* (X_5) yang paling dominan terhadap variabel dependen Y yaitu *revisit intention*. Lebih jelasnya dapat dilihat hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma sebagai berikut:



GAMBAR 3. 1
MODEL REGRESI BERGANDA

Keterangan:

- X_1 = *Decision convenience*
- X_2 = *Access convenience*
- X_3 = *Transaction Convenience*
- X_4 = *Benefit Convenience*
- X_5 = *Post-benefit Convenience*
- Y = *Revisit intention*
- ε = *Epsilon* (variabel lain yang tidak diteliti)

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja untuk tujuan pengujian hipotesis nilai parameter model.

3.3 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terkait yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan ditolak atau diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel independent X (*service convenience*) terhadap variabel dependen Y (*revisit intention*).

Uji F dilakukan dengan cara membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} untuk menguji signifikansi dari analisis regresi.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *service convenience* (X) tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y).
- b. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *service convenience* (X) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y).

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$H_0 : \rho_{yz|yx} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *service convenience* (X) yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post-benefit convenience* terhadap *revisit intention* (Y) tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung.

$H_1 : \rho_{yz|yx} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *service convenience* (X) yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post-benefit convenience* terhadap *revisit intention* (Y) tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung).

3.3.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait dan signifikan atau tidaknya. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh subvariabel mana yang paling dominan dari keseluruhan variabel bebas X yaitu *service convenience* yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post-benefit convenience*. Regresi sebuah variabel mempunyai pengaruh yang berarti terhadap perubahan nilai Y dengan ketentuan $t_{hitung} > t_{tabel}$.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara variabel X dengan Y.
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X dengan Y.

$H_0 : \rho_{yx_1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *decision convenience* (X₁) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_1 : \rho_{yx_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *decision convenience* (X_1) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_0 : \rho_{yx_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *access convenience* (X_2) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_1 : \rho_{yx_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *access convenience* (X_2) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_0 : \rho_{yx_3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *transaction convenience* (X_3) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_1 : \rho_{yx_3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *transaction convenience* (X_3) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_0 : \rho_{yx_4} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *benefit convenience* (X_4) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_1 : \rho_{yx_4} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *benefit convenience* (X_4) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_0 : \rho_{yx_5} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *post-benefit convenience* (X_5) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_1 : \rho_{yx_5} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *post-benefit convenience* (X_5) terhadap *revisit intention* (Y).

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t$ (mendekati 100%) ($n-k-1$)

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t$ (mendekati 100%) ($n-k-1$)

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t$ (mendekati 100%) ($n-k-1$)

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t$ (mendekati 100%) ($n-k-1$)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil, Perusahaan Ardan Hotel Bandung

4.1.1 Profil Perusahaan

4.1.1.1 Identitas Perusahaan

Nama : Ardan Hotel Bandung
Group : Ardan
Alamat : Jl. Sederhana No. 8-10 Pasteur, Kec. Sukajadi, Bandung,
40161
Telepon/Fax : (022) 2031536
Website : ardanhotels.com
Logo :



GAMBAR 4.1
LOGO ARDAN HOTEL BANDUNG

Visi : *To be the Comfort in Bandung* (Menjadi Hotel Ternyaman di Kota Bandung)

Misi :

1. *Increase Public Awareness* (Meningkatkan Perhatian Publik)
2. *Achieve Revenue* (Mencapai Pendapatan)
3. *Create Loyalty* (Menciptakan Loyalitas)
4. *Achive Base Profit* (Mencapai Keuntungan)
5. *Achieve Budget* (Meraih Budget)
6. *Improve Owner Value* (Meningkatkan Nilai untuk Pemilik)
7. *Achieve Guest Comfort* (Mencapai Kenyamanan Tamu)

4.1.1.2 Sejarah Singkat Ardan Hotel Bandung

Ardan Hotel Bandung adalah salah satu hotel bintang tiga di Kota Bandung yang berada di bawah manajemen perusahaan Ardan Group. Ardan Group juga merupakan salah satu perusahaan yang memiliki beberapa jenis bisnis, seperti bisnis hotel, stasiun radio, *restaurant* dan *event organizer*. Ardan hotel berada di bawah naungan CV Argrotama Prima yang merupakan suatu badan hukum dan resminya Ardan Hotel Bandung memulai operasi pada tanggal 22 Desember 2014.

Ardan Group merupakan properti perorangan oleh Bapak Ir. Arifin Gandawijaya sebagai pemilik perusahaan dan berhubungan langsung dengan manajemen sebagai pengelola property. Saat itu Ardan Group melihat sektor pariwisata telah berkembang pesat terutama di Kota Bandung sebagai salah satu aset pariwisata untuk masa depan dengan perkembangan Kota Bandung yang telah menjadi pusat kota wisata seperti wisata alam, pusat rekreasi, hiburan, belanja maupun dalam hal kuliner. Dengan berkembangnya Kota Bandung ini bisa menjadikan suatu daya tarik wisata untuk wisatawan agar berdatangan ke Kota Bandung. Meningkatnya pengunjung atau wisata yang mengunjungi sehingga membutuhkan akomodasi ini merupakan alasan khusus untuk berdirinya Ardan Hotel di pusat Kota Bandung.

General Manager Ardan Hotel Bandung bekerja sama dengan semua kepala dari setiap departemen dalam bidang mengelola bisnis, hubungan antar karyawan dengan pemilik aset yang mempunyai hubungan perusahaan, manajemen dengan performa berperan penting untuk mewakili dan melindungi kepentingan Ardan Hotel Bandung dan menyanggah nama besar dari Ardan Group Indonesia.

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan oleh Ardan Hotel Bandung

Produk dan jasa yang ditawarkan Ardan Hotel Bandung yaitu 51 kamar hotel *smoking* dan *non-smoking room*, fasilitas konferensi (*meeting rooms*), cipaganti *coffeeshop*, pasupati *restaurant*, riau *lounge & bar*, braga karaoke, serta fasilitas lahan parkir.

1. Rooms

Ardan Hotel Bandung mempunyai kamar dengan total 51 kamar yang terdiri dari 2 jenis tipe kamar yaitu 9 *junior suite room* dan 42 *deluxe room* dan juga fasilitas yang

berbeda dari masing-masing tipe kamarnya. Tabel 4.1 menunjukkan data daftar kamar di Ardan Hotel Bandung berdasarkan jenisnya:

TABEL 4.1
TIPE DAN JUMLAH KAMAR DI HOTEL ARDAN HOTEL BANDUNG

Tipe Kamar	Ukuran	King	Time	Total
<i>Deluxe</i>	24 m ²	16	26	42
<i>Junior Suite</i>	42 m ²	9	-	9
Total				51

Sumber: *Supervisor Front Office* Ardan Hotel Bandung, 2021

Fasilitas standar pada umumnya tersedia diseluruh tipe kamar Ardan Hotel Bandung seperti *twin/double bed, tv cable, safe deposit box, mini bar, water heater, tea coffee, miniral water, standing shower, dan bath amenities*. Adapun perbedaan jenis fasilitas kamar pada tipe kamar lain yaitu Junior Suite, perbedaannya dimulai dengan ukuran kamar juga fasilitas yang lebih banyak dan lengkap dari tipe kamar Deluxe.

2. Meeting Rooms

Ardan Hotel Bandung merupakan bisnis hotel yang menyediakan fasilitas *meeting rooms* untuk salah satu memenuhi kebutuhan tamu yang ingin melakukan bisnis sekalipun juga menginap di Ardan Hotel Bandung mempunyai 2 (dua) ruang *meeting* yang dibedakan berdasarkan kapasitas *meeting room*nya seperti yang ditampilkan pada Tabel 4.2:

TABEL 4.2
TIPE DAN KAPASITAS MEETING ROOM DI ARDAN HOTEL BANDUNG

Tipe Meeting Room	Ukuran	Daya Tampung	Kapasitas Meeting Room			
			Class Room	U-Shape	Teatre	Round Tabel
Siliwangi	150 m ²	100 pax	80 pax	150 pax	150 pax	100 pax
Hegarmanah	70 m ²	50 pax	40 pax	30 pax	70 pax	30 pax

Sumber: *Supervisor Front Office* Ardan Hotel Bandung, 2021

3. Cipaganti Coffeeshop

Cipaganti *coffeeshop* ini memiliki kapasitas untuk 100 pax yang menawarkan tempat lebih dekat untuk para tamu menikmati menu di sore hingga akhir makan malam. Pada petang hari *coffeeshop* dan bar akan melayani koktail yang eksotis, minuman beralkohol dan juga hidangan klasik.

4. Pasupati *Restaurant*

Restauran ini merupakan restoran utama yang ada di Ardan Hotel Bandung. Dimana restaurant ini akan menyajikan dari mulai sarapan, makan siang, makan malam dan koktail dalam suasana *nostalgic* dan nyaman, yang memiliki kapasitas 85 pax yang sempurna untuk menikmati suasana restorative dengan lats belakang langit Bandung.

5. Riau *Lounge & Bar*

Riau *lounge & bar* terletak didekat *lobby* yang menyediakan bir, spritis, anggur dan jus *cocktail* yang dibuat sendiri juga beragam kopi tersedia untuk menambahkan suasana jikalau tamu sedang menginginkannya.

6. Braga Karaoke

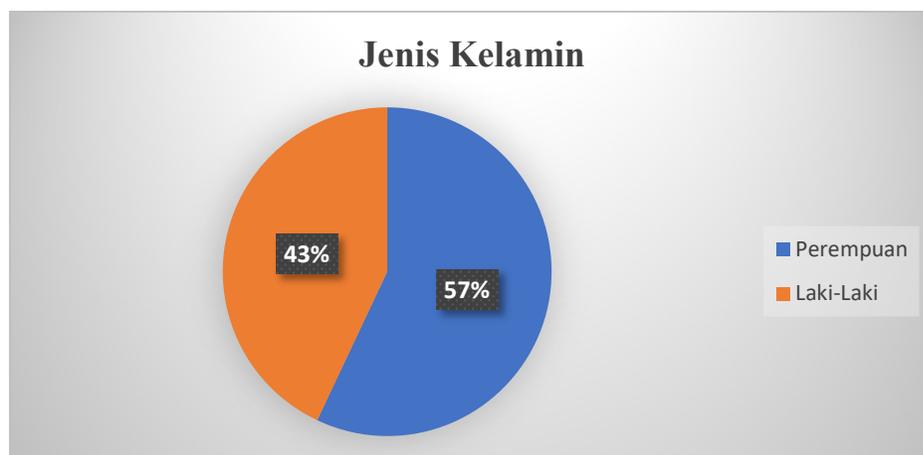
Ruang karaoke ini adalah salah satu fasilitas yang dimiliki oleh Ardan Hotel Bandung yang digunakan sebagai tempat untuk acara yang tidak terlalu besar yang dilengkapi dengan audiocisual, layar LCD dan banyak juga lagu yang tersedia.

4.1.2 Karakteristik Responden Ardan Hotel Bandung

Responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Responden tersebut merupakan tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung. Karakteristik tamu didasarkan kepada jenis kelamin, usia, asal daerah, pekerjaan dan penghasilan.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Ardan Hotel Bandung

Hasil pengelohan data dengan 100 responden tamu berdasarkan jenis kelamin di Ardan Hotel Bandung menggambarkan profil demografis tamu, berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di Ardan Hotel Bandung, disajikan dalam gambar 4.2 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

GAMBAR 4. 2 **KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DI** **ARDAN HOTEL BANDUNG**

Berdasarkan Gambar 4.1 dari 100 responden tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung paling banyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 57%, sedangkan tamu yang pernah menginap dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 43%. Dalam kajian statistik pariwisata berbasis gender, terlihat ada kesenjangan terhadap suatu gender, yang mana perbedaan mencolok mengenai jumlah antara laki-laki dan perempuan. Banyak masyarakat yang menganggap, perempuan telah didefinisikan “orang yang harus ada di rumah”, sedangkan laki-laki menjadi “orang yang selalu bepergian”. Namun, selama bertahun-tahun, perjalanan dianggap penting oleh kedua jenis kelamin, terdapat perbedaan keputusan perjalanan terkait oleh gender, laki-laki biasanya saat memutuskan untuk melakukan perjalanan lebih mencari aksi, petualangan dan tidak takut mengambil resiko, sedangkan perempuan lebih cenderung mencari suatu pengalaman, keamanan dan kenyamanan yang menjadi prioritas (S, 2011).

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Ardan Hotel Bandung

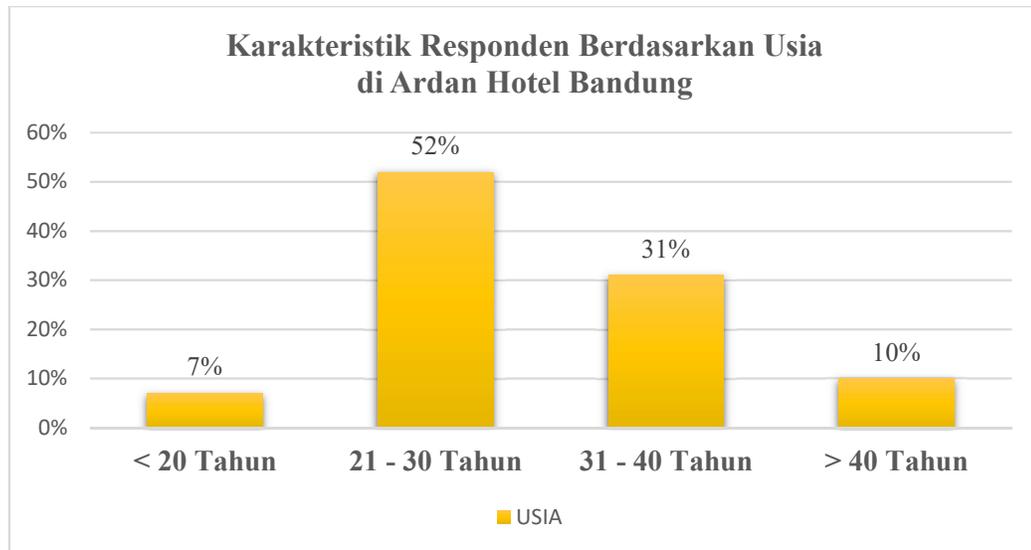
Analisis keterkaitan usia responden Ardan Hotel Bandung dilakukan untuk mengetahui mengenai sosio-demografis dari tamu tersebut, seperti yang diketahui perbedaan usia membuat tamu mempunyai kebutuhan yang berbeda pula, hal ini dipengaruhi oleh siklus hidup, *trend* yang ada dipasaran, dan lain sebagainya yang mana hal tersebut akan menjadi sesuatu yang harus diperhatikan oleh manajemen hotel.

Esalitta Meidiana, 2016

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Hasil pengolahan data dengan 100 responden berikut ditunjukkan gambar 4.3 karakteristik usia di Ardan Hotel Bandung



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

GAMBAR 4.3
KARAKTERISTIK RESPONEN BERDASARKAN USIA DI ARDAN HOTEL BANDUNG

Dilihat dari Gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan usia di Ardan Hotel Bandung, tamu yang pernah menginap paling banyak berusia 21 – 30 tahun dengan frekuensi sebanyak 52%, selanjutnya usia 31 – 40 tahun sebanyak 31%, diurutkan ketiga yaitu usia > 40 tahun sebanyak 10% dan diurutkan terendah dengan usia < 20 tahun sebanyak 7%. Hal ini membuktikan bahwa usia 21 – 30 tahun merupakan usia terbanyak responden menginap di Ardan Hotel Bandung karena pada usia tersebut merupakan puncak terjadinya perjalanan, dimana orang-orang pada usia tersebut sangat senang untuk melakukan liburan khususnya *staycation* di sela-sela waktu kosong yang sebelumnya diisi oleh aspek kehidupan, pekerjaan, percintaan dan finansial yang mereka punya. Pada usia 21 – 30 tahun sesuai dengan kategori kehidupan bujangan atau baru menikah. Individu dalam kategori tersebut adalah muda, energik, sering untuk berimprovisasi dan tidak memiliki anak sebagai tanggungan yang berdampak pendapatan mereka dialokasikan atau dihabiskan untuk liburan dan menginap di suatu tempat (Basarić et al., 2016).

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tinggal di Ardan Hotel Bandung

Analisa mengenai karakteristik responden berdasarkan daerah asal tinggal bermaksud untuk mengetahui asal tinggal responden. Berikut gambar 4.4 karakteristik asal tinggal respondent amu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung.



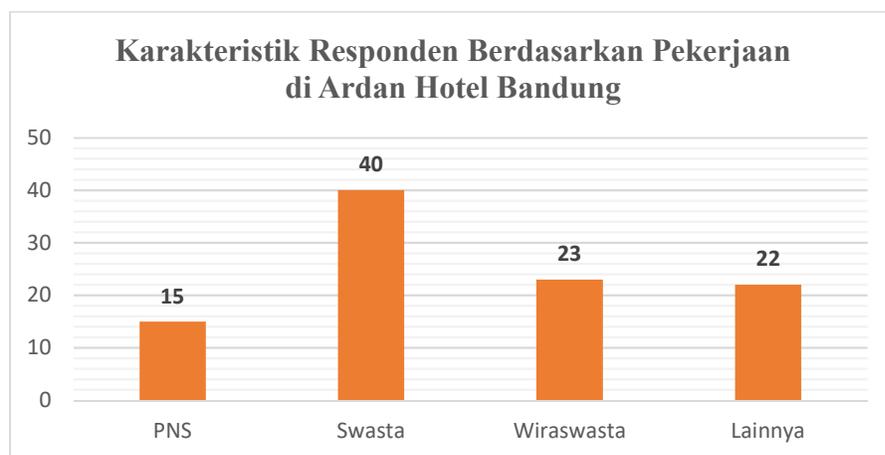
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

GAMBAR 4.4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN ASAL TINGGAL DI ARDAN HOTEL BANDUNG

Gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan asal tinggal di Ardan Hotel Bandung hasil pengolahan data dari 100 responden sebanyak 15% berasal dari Bandung, 20% berasal dari Jakarta, dan sebanyak 65% berasal dari kota lainnya. Banyaknya orang-orang menghabiskan waktu liburannya di Kota Bandung dikarenakan Bandung memiliki *city branding* yang kuat. Kota Bandung sering disebut sebagai Kota Kembang, Kota Taman, Kota Wisata Kuliner, Paris Van Java dan lain sebagainya. Selain memiliki *city branding* yang sangat bagus, faktor udara yang sejuk dan akses transportasi yang mudah di jangkau, hal tersebut menjadikan banyaknya masyarakat tertarik untuk menginap dan menghabiskan waktu liburannya di Kota Bandung (Khoiriana & Nurlambang, 2017)

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di Ardan Hotel Bandung

Karakteristik berdasarkan pekerjaan bermaksud untuk mengetahui pekerjaan responden tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung, karena dapat diketahui tamu memiliki pekerjaan yang berbeda-beda sehingga manajemen hotel dapat menyesuaikan jasa yang akan ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dari karakteristik pekerjaan tamu tersebut. Berikut gambar 4.5 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di Ardan Hotel Bandung



Sumber: Pengolahan Data, 2021

GAMBAR 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN DI
ARDAN HOTEL BANDUNG

Gambar 4.6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di Ardan Hotel Bandung, hasil pengolahan data menunjukkan dari 100 responden sebanyak 40% merupakan pegawai swasta, 23% adalah wiraswasta, 15% merupakan PNS dan 22% memiliki pekerjaan yang lain. Dilihat dari hasil maka responden Ardan Hotel Bandung menjelaskan bahwa pegawai swasta lebih mendominasi sebagai tamu yang pernah menginap, dikarenakan pegawai swasta memiliki waktu liburan yang cukup Panjang dibandingkan dengan pegawai negeri dan wirausaha. Pegawai negeri dan wirausaha mendapatkan libur mengikuti tanggal merah dan cuti bersama sedangkan pegawai swasta tergantung dengan keinginan atasan mereka dan juga banyaknya perusahaan swasta mengadakan *meeting* dan *gathering* di hotel-hotel. Pekerjaan seseorang memengaruhi barang dan jasa yang dibeli. Para pemasar mencoba mengidentifikasi

sasaran kelompok pekerjaan yang memiliki minat untuk memilih produk yang mereka tawarkan (Kotler. P., 2017).

4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Tamu di Ardan Hotel Bandung

Karakteristik responden tamu individu berdasarkan penghasilan tamu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung bertujuan agar manajemen hotel mengetahui segmentasi pasar dari bisnis mereka yaitu kepada orang-orang dengan penghasilan menengah keatas. Berikut gambar 4.6 karakteristik responden berdasarkan penghasilan tamu di Ardan Hotel Bandung.



Sumber : Pengolahan Data, 2021

GAMBAR 4.6 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN TAMU DI ARDAN HOTEL BANDUNG

Dilihat dari Gambar 4.6 karakteristik responden berdasarkan penghasilan tamu di Ardan Hotel Bandung, hasil pengolahan data menunjukkan dari 100 responden sebanyak 41% memiliki penghasilan di rentan Rp.5.000.000 – Rp.9.999.999, dilanjutkan dengan presentase penghasilan < Rp.5.000.000 sebesar 37%, dan presentase 22% dengan penghasilan > Rp.10.000.000. Keadaan ekonomi seseorang sangat mempengaruhi pilihan produk dan keputusan untuk membeli produk tertentu. Periode kenaikan ekonomi yang didapat oleh orang-orang menciptakan peluang bagi perusahaan jasa terutama hotel (Kotler. P., 2017).

4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Keperluan dan Bersama Siapa Menginap di Ardan Hotel Bandung

Karakteristik responden tamu individu berdasarkan keperluan dan bersama siapa tamu pernah menginap di Ardan Hotel Bandung. Hasil analisa dari 100 responden dapat menggambarkan hubungannya. Berikut Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan keperluan dan bersama siapa menginap di Ardan Hotel Bandung.

TABEL 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KEPERLUAN DAN BERSAMA SIAPA MENGINAP DI ARDAN HOTEL BANDUNG

Keperluan Menginap	Bersama Siapa					Total
	Sendiri	Pasangan	Keluarga	Rekan Kerja	Teman	
Liburan	5	30	35	0	4	74
Bisnis	11	1	8	3	0	23
Event	0	1	0	0	2	3
Total	16	32	43	3	6	100

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Dilihat dari Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Keperluan dan Bersamaa Siapa Menginap di Ardan Hotel Bandung dari 100 responden rata-rata keperluan menginap tertinggi yaitu liburan dengan presentase sebesar 74% dan 35% responden menginap bersama keluarga. Keluarga memainkan peran penting bagi industri pariwisata, liburan dapat memainkan peran penting memperkuat hubungan keluarga dan membangun keakraban yang lebih besar. Pemahaman mengenai liburan bersama anggota keluarga sangat kompleks karena setiap keputusan yang dipilih harus membuat nyaman semua anggota keluarga baik yang tua maupun yang muda, karena tujuan dari liburan bersama keluarga adalah kenyamanan dan menciptakan kenangan indah (Schänzel & Yeoman, 2015).

4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Alasan Memilih Ardan Hotel Bandung

Informasi mengenai Ardan Hotel Bandung yang didapatkan oleh responden yang menjadi tamu dalam penelitian ini datang dari berbagai sumber. Adapun sumber-sumber informasi biasanya dari sosial media, *website* yang ada di google, dan sumber informasi lainnya. Sumber informasi yang di dapatkan oleh tamu menjadikan sebuah keputusan atau alasan tamu memilih menginap di hotel tersebut. Berikut Tabel 4.4

karakteristik responden berdasarkan sumber informasi dan alasan memilih Ardan Hotel Bandung.

TABEL 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN SUMBER INFORMASI
DAN ALASAN MEMILIH ARDAN HOTEL BANDUNG

Alasan Memilih	Sumber Informasi					Total
	<i>Onine Travel Agent</i>	Instagram	Internet/ <i>Website</i>	Teman	Lainnya	
Harga yang sesuai dan terjangkau	13	0	0	0	0	13
Fasilitas hotel yang baik	9	5	4	7	0	25
Lokasi yang sangat strategi	15	0	12	2	0	29
<i>Review</i> bagus yang dimiliki Ardan Hotel Bandung	8	0	23	0	0	31
Lainnya	0	1	0	0	1	2
Total	45	6	39	9	1	100

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Dilihat dari Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan sumber informasi dan alasan memilih Ardan Hotel Bandung menjelaskan tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung menunjukkan alasan memilih hotel yaitu *review* bagus yang dimiliki Ardan Hotel Bandung sebesar 31% dengan sumber informasi melalui internet/*website* sebesar 39%. Dalam lingkungan pemasaran yang sangat kompetitif di industri perhotelan, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami konsumen dalam mengambil keputusan. Konsumen mencari dan menggunakan informasi tentang suatu produk dan jasa sebagai bagian dari pemecahan masalah rasional mereka dalam proses pengambilan keputusan. Biasanya konsumen mendapatkan semua informasi yang diperlukan di internet, sumber informasi mengenai hotel termasuk pengalaman pribadi jauh lebih efektif daripada iklan formal (Baruca, 2012). Hasil analisa dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran khususnya pariwisata yang telah mengalami perubahan dramatis sejak kemunculan internet, keterlibatan konsumen dalam menyebarkan pengalaman pribadi berbentuk *review*

diberbagai situs web atau platform digital memainkan peran penting dalam pilihan konsumen lain atas sebuah hotel (Serra-Cantallops et al., 2020).

4.2 Gambaran *Service Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Penelitian mengenai *service convenience* dilakukan dengan menyebarkan angket kepada 100 responden tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung yang berisi item pertanyaan sesuai indikator yang telah ditentukan *service convenience* di Ardan Hotel Bandung terdiri dari lima sub variable diantaranya *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *post-benefit convenience*. Berikut gambaran mengenai *decision convenience* di Ardan Hotel Bandung.

4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Decision Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Decision convenience merupakan elemen dari *service convenience* yang berfokus pada persepsi konsumen terhadap biaya, waktu dan usaha untuk membuat keputusan pembelian (Berry et al., 2002). Tanggapan responden mengenai *service convenience* berdasarkan *decision convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

TABEL 4.5
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI *SERVICE CONVENIENCE*
BERDASARKAN *DECISION CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL
BANDUNG

No	Pertanyaan	Alternative Jawaban										Total	Skor	
		1		2		3		4		5				
		Sangat Sulit	Cukup Sulit	Cukup Mudah	Mudah	Sangat Mudah	f	%	f	%	f			%
1.	Tingkat kemudahan tamu mendapatkan informasi mengenai Ardan Hotel Bandung	9	3	28	8	36	10	220	64	50	15	343	100	24%
2.	Tingkat kemudahan	8	2	14	4	63	18	212	60	55	16	352	100	25%

	tamu dalam membaca informasi mengenai Ardan Hotel Bandung														
3.	Tingkat kemudahan tamu memilih jasa yang ditawarkan oleh Ardan Hotel Bandung	7	2	20	6	54	15	192	54	85	24	358	100	25%	
4.	Tingkat kemudahan tamu mengetahui biaya pasti atau penawaran khusus yang disediakan oleh Ardan Hotel Bandung	7	2	18	5	48	13	208	58	80	22	361	100	26%	
TOTAL												1414	100%		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Decision Convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa skor total yaitu 1.414 dari 4 item pertanyaan. Skor tertinggi yaitu item pertanyaan ke-4 yaitu Tingkat kemudahan tamu mengetahui biaya pasti atau penawaran khusus yang disediakan oleh Ardan Hotel Bandung yaitu 361 dengan skor 26%. Dari hasil analisis responden yaitu tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung karena maraknya penggunaan sistem reservasi *online* generalisasi ketersediaan informasi mengenai hotel tersebut termasuk harga yang tertera dengan jelas berdampak pada evaluasi pelanggan saat memilih suatu hotel (Sánchez-Pérez et al., 2019). Skor terendah adalah item pertanyaan nomer 1 yaitu Tingkat kemudahan tamu mendapatkan informasi mengenai Ardan Hotel Bandung

Esalitta Meidiana, 2016

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

dengan total 343 dan skor 24% karena hanya ada informasi yang sama dari berbagai *website* yang disediakan.

4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Access Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Access convenience merupakan salah satu elemen dalam *service convenience* yang berfokus pada waktu dan usaha konsumen saat membeli suatu barang atau jasa (Berry et al., 2002). Tanggapan responden mengenai *service convenience* berdasarkan *access convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

TABEL 4.6
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI *SERVICE CONVENIENCE*
BERDASARKAN *ACCESS CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL BANDUNG

No	Pertanyaan	Alternative Jawaban										Total	Skor	
		1		2		3		4		5				
		Sangat Sulit	Cukup Sulit	Cukup Mudah	Mudah	Sangat Mudah	f	%	f	%	f			%
1.	Tingkat kemudahan tamu dalam memesan kamar di Ardan Hotel Bandung	2	1	26	7	48	13	208	56	85	23	369	100	26%
2.	Tingkat kemudahan tamu menghubungi pihak Ardan Hotel Bandung	7	2	14	4	81	24	236	70	0	0	338	100	24%
3.	Tingkat kemudahan tamu mendapatkan informasi mengenai lokasi Ardan Hotel Bandung	2	1	20	5	60	16	216	59	70	19	354	100	25%

4. Tingkat kemudahan tamu menjangkau lokasi Ardan Hotel Bandung	3	1	28	8	69	19	184	52	70	20	368	100	26%
Total												1429	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Access Convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa skor total yaitu 1.429 dari 4 item pertanyaan. Skor tertinggi yaitu item pertanyaan nomor 1 yaitu Tingkat kemudahan tamu dalam memesan kamar di Ardan Hotel Bandung yaitu 369 dengan skor 26%. Dari hasil analisis responden yaitu tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung sudah lebih mudah untuk memesan kamar hotel, dahulu memesan kamar hotel hanya bisa melalui telepon atau datang langsung ke hotel yang dituju tetapi sekarang seiring berkembangnya internet, *online travel agent* dan *website* yang dimiliki oleh pihak hotel itu sendiri memudahkan para tamu untuk memesan kamar sesuai dengan yang diinginkan (Masiero & Law, 2016). Skor terendah adalah item pertanyaan nomor 2 yaitu Tingkat kemudahan tamu menghubungi pihak Ardan Hotel Bandung dengan total 338 dan skor 24% karena staff *front desk* yang merangkap sebagai reservasi dan *telephone operator* menyulitkan tamu untuk menghubungi hotel apabila pada saat itu semua staff *front desk* sedang sibuk mengurus tamu yang datang.

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Transaction Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Transaction convenience merupakan elemen ketiga dalam *service convenience* yang berfokus pada waktu dan upaya yang dirasakan konsumen dalam menyelesaikan transaksi pembelian (Berry et al., 2002). Tanggapan responden mengenai *service convenience* berdasarkan *transaction convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat dilihat pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

TABEL 4.7
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI *SERVICE CONVENIENCE*
BERDASARKAN *TRANSACTION CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL
BANDUNG

No	Pertanyaan	Alternative Jawaban										Total	Skor	
		1		2		3		4		5				
		Sangat Sulit	Cukup Sulit	Cukup Mudah	Mudah	Sangat Mudah	f	%	f	%	f			%
1.	Tingkat kemudahan tamu saat menyelesaikan pembayaran dengan metode pembayaran yang disediakan	4	1	18	5	51	14	20	55	95	26	734	100	51%
2.	Tingkat kecepatan tamu dalam menyelesaikan pembayaran	6	2	14	4	57	16	22	61	65	18	362	100	49%
Total												1096	100	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Transaction Convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa skor total yaitu 1.096 dari 2 item pertanyaan. Skor tertinggi yaitu item pertanyaan nomor 1 yaitu Tingkat kemudahan tamu saat menyelesaikan pembayaran dengan metode pembayaran yang disediakan oleh pihak Ardan Hotel Bandung yaitu 734 dengan skor 51%. Dari hasil analisis responden yaitu tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung sudah lebih mudah untuk melakukan pembayaran, saat melakukan pemesanan langsung melalui telepon kepada pihak hotel, umumnya meminta informasi mengenai kartu kredit sebagai jaminan saat memesan kamar hotel, namun semakin berkembangnya situs web *online*

travel agent sekarang ini lebih memudahkan tamu untuk melakukan pembayaran karena banyak alternatif metode pembayaran yang disediakan seperti via bank *transfer* dari berbagai bank, kartu kredit, bayar di hotel hingga *paylater* (Liu & Zhang, 2014). Skor terendah adalah item pertanyaan nomer 2 yaitu Tingkat kecepatan tamu dalam menyelesaikan pembayaran dengan total 362 dan skor 49% karena banyaknya tamu hotel saat memesan kamar dengan menggunakan metode pembayaran bank *transfer* menunda untuk melakukan pembayaran atau saat melakukan pembayaran di hotel langsung terbatasnya mesin *debit card* sehingga agak menyulitkan tamu untuk membayar.

4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Benefit Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Benefit convenience merupakan elemen keempat dalam *service convenience* yang berfokus pada persepsi konsumen terhadap biaya, waktu, dan usaha untuk mengalami manfaat suatu jasa (Berry et al., 2002). Tanggapan responden mengenai *service convenience* berdasarkan *benefit convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut:

TABEL 4.8
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI *SERVICE CONVENIENCE*
BERDASARKAN *BENEFIT CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL BANDUNG

No	Pertanyaan	Alternative Jawaban										Total	Skor	
		1		2		3		4		5				
		Sangat Sulit	Cukup Sulit	Cukup Mudah	Mudah	Sangat Mudah								
F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
1.	Tingkat kemudahan tamu saat menggunakan fasilitas di Ardan Hotel Bandung	4	1	18	5	63	17	168	45	120	32	373	100	34%
2.	Tingkat kemudahan tamu mendapatkan manfaat yang	5	1	18	5	54	15	192	52	100	27	369	100	33%

ditawarkan oleh Ardan Hotel Bandung														
		Sangat Lambat		Cukup Lambat		Cukup Cepat		Cepat		Sangat Cepat		Total	Skor	
3.	Tingkat kecepatan staff hotel dalam menyediakan layanan yang diminta oleh tamu Ardan Hotel Bandung	6	2	18	5	66	18	176	49	95	26	361	100	33%
Total												1103	100	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Benefit Convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa skor total yaitu 1.103 dari 3 item pertanyaan. Skor tertinggi yaitu item pertanyaan nomor 1 yaitu Tingkat kemudahan tamu saat menggunakan fasilitas di Ardan Hotel Bandung yaitu 373 dengan skor 34%. Dari hasil analisis responden yaitu tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung fasilitas merupakan salah satu faktor utama dari kelangsungan sebuah hotel, karena faktor pemilihan suatu hotel oleh tamu ditentukan oleh fasilitas yang disediakan hotel sehingga saat tamu datang bisa memanfaatkan fasilitas tersebut dengan mudah dan nyaman tanpa bersusah payah untuk mencari sendiri (Kumar et al., 2016). Skor terendah adalah item pertanyaan nomer 2 yaitu Tingkat kecepatan staff hotel dalam menyediakan layanan yang diminta oleh tamu dengan total 365 dan skor 49% karena staff hotel membutuhkan waktu untuk memenuhi keinginan tamu sehingga membuat tamu menunggu.

4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Post-benefit Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Post-benefit convenience merupakan elemen terakhir dalam *service convenience* yang berfokus pada persepsi konsumen terhadap biaya, waktu dan usaha Ketika menghubungi kembali penyedia jasa setelah tahap pemanfaatan jasa (Berry et al., 2002). Tanggapan responden mengenai *service convenience* berdasarkan *post-benefit convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat dilihat pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

TABEL 4.9
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI *SERVICE CONVENIENCE*
BERDASARKAN *POST-BENEFIT CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL
BANDUNG

No	Pertanyaan	Alternative Jawaban										Total	Skor	
		1		2		3		4		5				
		Sangat Lambat	Cukup Lambat	Cukup Cepat	Cepat	Sangat Cepat	f	%	f	%	f			%
1.	Tingkat kecepatan staff hotel dalam menyelesaikan masalah tamu Ardan Hotel Bandung	4	1	14	4	54	14	216	58	85	23	373	100	51%
		Sangat Tidak Cakap	Tidak Cakap	Cukup	Cakap	Sangat Cakap	Total	Skor						
2.	Tingkat kecakapan hotel dalam mengelola saluran pengaduan dan rekomendasi dari tamu Ardan Hotel Bandung	6	2	14	4	63	17	192	53	90	25	365	100	49%

Total	738	100
-------	-----	-----

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* Berdasarkan *Post-benefit Convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa skor total yaitu 738 dari 2 item pertanyaan. Skor tertinggi yaitu item pertanyaan nomor 1 yaitu Tingkat kecepatan staff hotel dalam menyelesaikan masalah tamu Ardan Hotel Bandung yaitu 373 dengan skor 51%. Dari hasil analisis responden yaitu tamu individu yang pernah menginap di Ardan Hotel Bandung menyelesaikan masalah tamu dengan cepat dan tepat sangat penting, meskipun memiliki prosedur saat menangani tamu namun hotel tidak boleh kaku dalam menganalisis situasi tersebut guna untuk mencegah tindakan lebih lanjut dari para tamu yang merasa sudah kecewa dengan adanya masalah tersebut (Erdogan H, 2011). Skor terendah adalah item pertanyaan nomer 2 yaitu Tingkat kecepatan hotel dalam mengelola saluran pengaduan dan rekomendasi dari tamu Ardan Hotel Bandung dengan total 365 dan skor 49% karena jarang nya pihak Ardan hotel mengelola saluran *review* yang ditulis oleh tamu di berbagai platform media.

4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai *Service Convenience* di Ardan Hotel Bandung

Service convenience memiliki lima sub variable yaitu *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post-benefit convenience*. Berikut Tabel 4.10 menjelaskan mengenai rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai *service convenience* di Ardan Hotel Bandung.

TABEL 4.10
REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI
***SERVICE CONVENIENCE* DI ARDAN HOTEL BANDUNG**

No	Sub Variabel	Jumlah Pertanyaan	Total Skor	%
1.	<i>Decision Convenience</i>	4	1414	26%
2.	<i>Access Convenience</i>	4	1429	26%
3.	<i>Transaction Convenience</i>	2	734	20%
4.	<i>Benefit Convenience</i>	3	1103	24%
5.	<i>Post-benefit Convenience</i>	2	738	24%
TOTAL		15	5418	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 4.10 yang menjelaskan mengenai rekapitulasi tanggapan responden mengenai *service convenience* di Ardan Hotel Bandung dapat diketahui bahwa sub variabel dari *service convenience* memiliki jumlah skor sebanyak 5.418. Sub variabel pertanyaan yang memiliki presentase tertinggi sebesar 26% adalah *decision convenience* dan *access convenience* dengan total skor sebesar 1.414 dan 1.429. Sedangkan, sub variabel *transaction convenience* memiliki presentase terendah sebesar 20% dengan total skor sebesar 734.

Untuk mengetahui kedudukan presentase *service convenience* 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 angket yang berisi 15 pertanyaan. Untuk mengetahui presentase skor dan posisi *service convenience* dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maksimum} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden} \\
 &= 5 \times 15 \times 100 \\
 &= 7.500 \\
 \text{Nilai indeks minimum} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden} \\
 &= 1 \times 15 \times 100 \\
 &= 1.500 \\
 \text{Jenjang variable} &= \text{Nilai indeks maksimum} - \text{nilai indeks minimum} \\
 &= 7.500 - 1.500 \\
 &= 6.000 \\
 \text{Jarak interval} &= \text{Jenjang variable} : \text{banyak kelas interval} \\
 &= 6.000 : 5 \\
 &= 1.200 \\
 \text{Presentase skor} &= (\text{Total skor} : \text{nilai maksimum}) \times 100\% \\
 &= (5.418 : 7.500) \times 100\% \\
 &= 72\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diketahui bahwa skor ideal yang diharapkan adalah 7.500 dengan total skor sebesar 5.418. hal ini menunjukkan bahwa skor hasil tanggapan responden terhadap *service convenience* di Ardan Hotel Bandung