

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
TINGKAT HUNIAN KAMAR
HOTEL BERBINTANG
DI PULAU BINTAN**

SKRIPSI

EDY PURNOMO

NIM : 10110322



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
TINGKAT HUNIAN KAMAR
HOTEL BERBINTANG
DI PULAU BINTAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh :

EDY PURNOMO

NIM : 10110322

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG**

2019

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINGKAT HUNIAN
KAMAR HOTEL BERBINTANG DI PULAU BINTAN**

Diajukan Kepada :

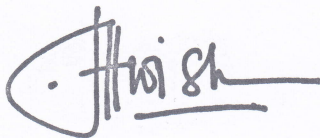
Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

Nama : Edy Purnomo
NIM : 10110322

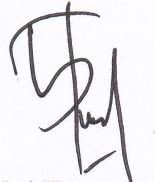
Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.
NIDN. 1002078602 / Asisten Ahli

Pembimbing Kedua,



Selvi Fauzar, SE., MM.
NIDN. 1001109101 / Asisten Ahli

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Imran Ilyas, MM.
NIDN. 1007036603 / Lektor

Skripsi Berjudul

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINGKAT HUNIAN
KAMAR HOTEL BERBINTANG DI PULAU BINTAN**

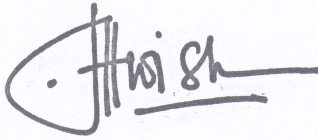
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : EDY PURNOMO
NIM : 10110322

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Tiga Belas
Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Sembilan Belas
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



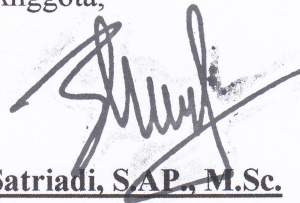
Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.
NIDN. 1002078602 / Asisten Ahli

Sekretaris,



Octojaya Abriyoso, S.Ikom., M.M.
NIDN. 1005108903 / Asisten Ahli

Anggota,



Satriadi, S.AP., M.Sc.
NIDN. 1011108901 / Lektor

Tanjungpinang, Agustus 2019
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang



Ketua,

Charly Marlinda, SE.Mak.Ak. CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Edy Purnomo
NIM : 10110322
Tahun Angkatan : 2010
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.86
Program Studi/Jenjang : Manajemen / Strata 1 (satu)
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat
Hunian Kamar Hotel Berbintang
Di Pulau Bintan

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, Agustus 2019

Penyusun



Edy Purnomo
NIM : 10110322

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran-Mu ya Allah, Dzat yang maha pengasih lagi maha penyayang.

Shalawat beserta salam kuhadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Pribadi Agung Panutan Ummat

Allahumma sholli 'ala Muhammad wa'ala ali Muhammad

Ku persembahkan skripsi untuk....

Keluargaku tercinta terutama istriku dan anak-anakku tersayang yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan do'a yang tak pernah putus di setiap sujudnya.

Serta teman-teman yang senantiasa memotivasi, mendukung dan mendo'akan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 94:5)

“Berdo'alah kepadaKu pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin:60)

“Sebaik-baik manusia adalah Orang yang paling banyak bermanfaat bagi orang lain”

(Hadits Hasan ,menurut Imam As Suyuti dan As Syaih Nashruddin Al Bani)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu dihaturkan pada junjungan Nabi Muhammad. SAW, sebagai nabi yang membawa perubahan bagi umat manusia. Alhamdulillah, atas izin Allah SWT penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Hunian Kamar Hotel Berbintang di Pulau Bintan” tepat pada waktunya.


Dalam proses penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan pihak yang mendukung dan memotivai penulis. Dengan rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E, M.Ak., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku wakil ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia S.E., Ak., M.Si., CA selaku wakil ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, MM, selaku Ketua Progam Studi S1-Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang
5. Ibu Dwi Septi Haryani, ST. MM, selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Selvi Fauzar, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
8. Pimpinan BPS Provinsi Kepulauan Riau beserta jajarannya atas izin dan kerjasamanya dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini
9. Istriku tercinta dan anak-anakku tersayang, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk rekan-rekan seperjuanganku dalam menyusun skripsi ini, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Tanjungpinang, Agustus 2019

Penulis



Edy Purnomo

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB. I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Konsep Pemasaran Jasa	13
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15

2.1.4	Hotel.....	16
2.1.5	Harga.....	17
	2.1.5.1 Tujuan Penetapan Harga.....	18
	2.1.5.2 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga.....	19
2.1.6	Fasilitas	20
	2.1.6.1 Pengertian Fasilitas	20
	2.1.6.2 Jenis-jenis Fasilitas	20
	2.1.6.3 Jenis Fasilitas Kamar Hotel	20
	2.1.6.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain Fasilitas	22
	2.1.6.5 Pertimbangan Faktor Fasilitas	22
2.1.7	Lokasi.....	23
	2.1.7.1 Pengertian Lokasi	23
	2.1.7.2 Dimensi yang Mempengaruhi Strategi Lokasi	24
	2.1.7.3 Faktor Pemilihan Lokasi	24
2.1.8	Tingkat Hunian Kamar	25
	2.1.8.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar.....	26
	2.1.8.2 Tanda-tanda Peningkatan Hunian Hotel	28
	2.1.8.3 Tanda-tanda Peningkatan Hunian Hotel Tidak Stabil	28
	2.1.8.4 Penyebab Tingkat Hunian Tidak Stabil.....	28
2.2	Kerangka Pemikiran.....	29
2.3	Perumusan Hipotesis	30
2.4	Penelitian Terdahulu	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36

3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Jenis Data	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Populasi Dan Sampling	38

3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampling	38
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6	Teknik Pengolahan Data	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1	Uji Kualitas Data.....	45
3.7.1.1	Uji Validitas.....	45
3.7.1.2	Uji Realibilitas	46
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.2.1	Uji Normalitas Residual.....	47
3.7.2.2	Uji Multikolinieritas.....	48
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.7.4	Uji Hipotesis	51
3.7.4.1	Uji t.....	51
3.7.4.2	Uji F.....	52
3.7.4.3	Koefisien Determinan	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Gambaran Umum.....	55
4.1.1.1	Jumlah Hotel Berbintang di Pulau Bintan	55
4.1.1.2	Klasifikasi Hotel Berbintang di Pulau Bintan	56
4.1.1.3	Tahun Mulai Beroperasi	57
4.1.2	Analisis Data.....	57
4.1.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	57
4.1.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.2.2.1	Uji Normalitas.....	59
4.1.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	61
4.1.2.2.3	Uji Heterokedastisitas	63
4.1.2.2.4	Uji Autokorelasi.....	64

4.1.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.1.2.4	Uji Hipotesis	68
4.1.2.4.1.	Uji t atau Uji Parsial.....	68
4.1.2.4.2.	Uji F atau Uji Simultan.....	70
4.1.2.5	Uji Determinasi (R^2)	72
4.2	Pembahasan.....	74
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Hunian Kamar	74
4.2.2	Pengaruh Jumlah Kamar Terhadap Tingkat Hunian Kamar.....	75
4.2.3	Pengaruh Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar	77
4.2.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Hunian Kamar	78
4.2.5	Pengaruh Harga, Jumlah Kamar, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Tingkat Hunian Kamar	79
BAB V	PENUTUP	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Jumlah Kamar, Rata-rata tarif kamar dan Tingkat Hunian Kamar di Kabupaten Bintan	6
Tabel 1.2. Data Jumlah Kamar, Rata-rata tarif kamar dan Tingkat Hunian Kamar di Kota Tanjungpinang	7
Tabel 4.1. Distribusi Jumlah Hotel Berbintang di Pulau Bintan Menurut Wilayah Administrasi	55
Tabel 4.2. Distribusi Jumlah Hotel Berbintang Menurut Klasifikasi.....	56
Tabel 4.3. Distribusi Jumlah Hotel Berbintang Menurut Tahun Mulai Beroperasi	57
Tabel 4.4. Nilai Rata-rata, Minimum dan Maksimum dari Variabel Penelitian .	58
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.6. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson	64
Tabel 4.7. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test.....	65
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	68
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	71
Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Tahun 2012 - 2015 di Provinsi Kepulauan Riau, Kota Tanjungpinang dan Kabupaten Bintan	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1. Grafik Hasil Uji Normalitas Histogram.....	60
Gambar 4.2. Grafik Hasil Uji Normalitas P-P Plot of Regresion Standardized	61
Gambar 4.3. Grafik Hasil Uji Hesteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1.	: Tabulasi Data Tingkat Hunian Kamar
Lampiran 2.	: Hasil Output SPSS
Lampiran 3.	: Surat Pernyataan Penelitian
Lampiran 4.	: Persentase Plagiat

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL BERBINTANG DI PULAU BINTAN

Edy Purnomo. 10110322. Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Pembangunan Tanjungpinang. edyp1975@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data sekunder yang berasal dari data BPS melalui survei VHT-S dan VHT-L.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data seluruh hotel berbintang yang ada di Pulau Bintan, yaitu sebanyak 17 hotel. Pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 24.0. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini berdasarkan pengujian secara parsial membuktikan bahwa variabel harga (X1), jumlah kamar (X2) dan fasilitas (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar, hal ini dapat dilihat dari variabel harga yang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.719 > 2.179$), kemudian variabel jumlah kamar memiliki nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ($-2.823 < -2.179$) dan variabel fasilitas memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.784 > 2.179$). Sementara variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ ($-1.312 > -2.179$). Berdasarkan pengujian simultan ternyata hasil penelitian menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 6.805 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.49. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6.805 > 3.49$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap semangat tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.

Hasil pengujian determinasi (R^2) menunjukkan diperoleh nilai adjusted R square koefisien determinasinya = 0.592 (59.2%). Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi memberi sumbangan pengaruh kepada variabel dependen yaitu tingkat hunian kamar sebesar 59.2% sedangkan sisanya 40.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Hotel, harga, jumlah kamar, fasilitas, lokasi, tingkat hunian kamar.

Dosen Pembimbing 1 : Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.
Dosen Pembimbing 2 : Selvi Fauzar, S.E., M.M.

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING HOTEL OCCUPANCY RATE IN BINTAN ISLAND

Edy Purnomo. 10110322. *Management*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) of Tanjungpinang *Development*. edyp1975@gmail.com

This study aims to determine the influence between prices, number of rooms, facilities and locations to occupancy rates of star hotels on Bintan Island. This study included a type of quantitative research with secondary data sources from BPS through the VHT-S and VHT-L surveys.

The research method used in this study is descriptive and associative methods, namely research that aims to determine the relationship between two or more variables. The data used in this study includes data on all star hotels in Bintan Island, which are 17 hotels. Data processing using computer program SPSS version 24.0. Data analysis used in this study using multiple linear regression analysis.

The results of this research is based on Persial test prove that the prices variable (X1), number of rooms (X2) and facilities (X3) have a significant influence to room occupancy rates, it can be seen from the prices variable value $t_{count} > t_{table}$ (2,719 > 2,179), then the variable number of rooms has a value $-t_{count} < -t_{table}$ (-2.823 < -2,179) and the facilities variable has a value $t_{count} > t_{table}$ (2.784 > 2.179). While the location variable does not have a significant influence because it has a value $-t_{count} > -t_{table}$ (-1.312 > -2.179). Based on the simultaneous test, the result of the research shows that the value of F_{count} is 6.805, the F_{table} value is equal to the value of $F_{count} > F_{table}$ (6.805 > 3.49) so it can be concluded that the independent variables (prices, number of rooms, facilities and locations) together influence the occupancy rates of star hotels on Bintan Island.

The test results of determination (R^2) obtained adjusted R square determination coefficient = 0.592 (59.2%). These figures show that the independent variables ie prices, number of rooms, facilities and locations contribute influence to the dependent variable of occupancy rates of 59.2% while the remaining 40.8% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Hotel, prices, rooms of number, facilities, location, hotel occupancy rate

Supervisor 1 : Dwi Septi Haryani, S.T., M.M

Supervisor 2 : Selvi Fauzar, S.E, M.M.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata sebagai salah satu bagian terbesar dari sektor jasa yang memiliki tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Industri pariwisata menjadi sektor jasa andalan Indonesia dengan potensi alam dari negara kepulauan dan banyaknya destinasi wisata. Bagian terpenting dari industri pariwisata adalah adanya daya tarik wisata baik berupa destinasi wisata maupun atraksi wisata, termasuk juga perhotelan dan penginapan, rumah makan dan restoran serta transportasi lokal. Sedangkan pendukungnya, meliputi industri-industri yang bergerak dalam bidang transportasi, penyediaan makanan dan minuman, jasa perbankan, atau bahkan manufaktur, semuanya dapat dipacu dari industri pariwisata.

Selama ini kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Denpasar menjadi tolak ukur pariwisata nasional karena dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Oleh karena itu, para investor tertarik dalam menanamkan modalnya pada daerah tersebut. Namun sebenarnya banyak wilayah lain yang pariwisatanya mengalami pertumbuhan cukup pesat seperti Sulawesi Utara dengan Bunaken, Sulawesi Tenggara dengan Wakatobi, Papua Barat dengan Raja Ampat, dan termasuk Kepulauan Riau dengan Batam dan Kabupaten lainnya seperti Bintan, Tanjungpinang, Natuna dan Kepulauan Anambas yang memiliki potensi wisata dengan keunggulannya masing-masing.

Secara geografis, posisi Kepulauan Riau sangat strategis karena berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Salah satu pulau

terbesar di Kepulauan Riau adalah pulau Bintan, di dalamnya terdapat dua Kabupaten/Kota yaitu Kabupaten Bintan dan Kota Tanjungpinang. Sebagai ibukota Provinsi Kepulauan Riau, Tanjungpinang diharapkan mampu menjadi pintu masuk bagi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kepulauan Riau yang memiliki potensi wisata yang sangat besar, terutama wisata bahari, wisata belanja dan wisata budaya. Di Kota Tanjungpinang juga terdapat berbagai macam objek wisata seperti wisata religi, wisata sejarah, wisata budaya, wisata kuliner, agro wisata dan sarana wisata lainnya. Pulau Penyengat menjadi salah satu objek wisata andalan di kota ini, disamping Laman Boenda dengan gedung Gonggongnya yang saat ini menjadi ikon wisata bagi warga kota yang dikenal dengan julukan Kota Gurindam ini. Begitu juga dengan Kabupaten Bintan yang memiliki kawasan wisata Lagoi sebagai andalan pariwisatanya. Pesona keindahan alam dan pantai berpasir putih bersih menjadi daya tarik utama kawasan wisata ini bagi wisatawan asing maupun domestik.

Jasa akomodasi dan industri perhotelan merupakan industri pariwisata yang sangat berperan dalam mendorong pengembangan pariwisata. Sehingga pengembangan industri kepariwisataan khususnya industri jasa akomodasi/perhotelan semakin penting, tidak semata-mata hanya untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan tetapi juga dampak ekonomi yang ditimbulkan seperti meningkatkan pendapatan, memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha.

Hotel merupakan salah satu akomodasi yang memberikan fasilitas kamar yang dapat digunakan oleh para wisatawan sebagai tempat beristirahat. Selain menyediakan fasilitas kamar, hotel juga menyediakan beberapa fasilitas pelengkap,

seperti pelayanan makanan dan minuman, penitipan dan pengangkatan barang, *laundry*, *gym*, sarana bermain untuk anak-anak, dan lainnya (Widyatmaja I Gusti dan Suwena, 2010).

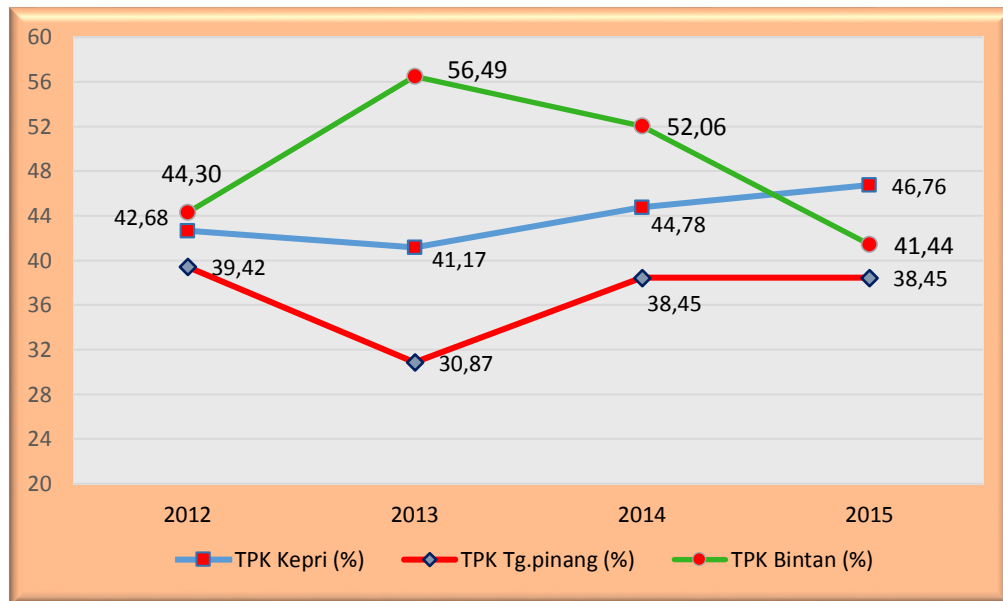
Salah satu indikator yang menunjukkan perkembangan usaha hotel adalah tingkat hunian atau *occupancy rate* hotel. Sugiarto dalam (Sumarcaya, 2013) menegaskan bahwa tingkat hunian dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah hotel. Sementara itu, (Sulastiyono, 2011) menuliskan bahwa hotel yang berhasil akan terlihat dari tingkat hunian kamarnya. Sedangkan Damardjati dalam (Anisa, 2015) menjelaskan bahwa tingkat hunian kamar adalah kamar-kamar terisi yang disewakan kepada tamu dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang tersedia, yang diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan atau tahunan. Dengan kata lain tingkat hunian kamar adalah perbandingan jumlah kamar terisi dengan jumlah kamar yang tersedia.

(Badan Pusat Statistik, 2015) mendefinisikan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel adalah perbandingan antara jumlah kamar yang dihuni dengan jumlah kamar yang tersedia di hotel (dalam persen). Tingkat penghunian kamar hotel memiliki peran yang penting yaitu sebagai indikator kesuksesan suatu hotel dalam menjual kamar-kamarnya. Semakin tinggi tingkat hunian kamar hotel menunjukkan semakin banyak jumlah kamar yang bisa dijual. Selain itu tingkat penghunian kamar juga dapat digunakan sebagai salah satu alat ukur untuk melihat jumlah wisatawan yang berkunjung, baik itu wisatawan domestik maupun mancanegara. Semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung maka semakin besar geliat potensi ekonomi yang akan terjadi di suatu daerah, baik itu dalam bentuk belanja wisatawan

seperti kuliner, kerajinan, oleh-oleh, maupun jasa transportasi dan jasa-jasa lainnya yang berhubungan dengan wisatawan.

Gambar 1.

Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Tahun 2012 – 2015 di Provinsi Kepulauan Riau, Kota Tanjungpinang dan Kabupaten Bintan.



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2016), Kepulauan Riau Dalam Angka 2016

Berdasarkan Gambar 1, perkembangan nilai TPK hotel di Kepulauan Riau dari tahun 2012 sampai 2015 terlihat mengalami peningkatan namun angkanya masih di bawah 50 persen. Nilai TPK di Kepulauan Riau tahun 2013 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2012 yaitu dari 42,68 persen menjadi 41,17 persen. Sedangkan nilai TPK tahun 2014 mencapai 44,17 persen, naik sebesar 3,00 persen dari tahun 2013 dan TPK tahun 2015 sebesar 46,67 persen atau naik sebesar 2,59 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan nilai TPK Kota Tanjungpinang masih dibawah TPK Kepulauan Riau, pada tahun 2012 nilainya sebesar 39,42 persen dan mengalami penurunan menjadi 30,87 persen pada tahun 2013. TPK Kota Tanjungpinang di tahun 2014 memiliki nilai yang sama dengan tahun 2015 yaitu

sebesar 38,45 persen, walaupun terjadi kenaikan dari tahun sebelumnya tetapi nilainya masih dibawah TPK tahun 2012. Secara umum nilai TPK Bintang berada di atas Tanjungpinang, tetapi bila dilihat perkembangannya, nilai TPK Bintang tahun 2015 sebesar 41,44 persen merupakan nilai terendah bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, yaitu dari 44,30 persen pada tahun 2012 kemudian naik menjadi 56,49 persen di tahun 2013 dan pada tahun 2014 turun menjadi 52,06 persen.

Gambar 1. juga memperlihatkan peningkatan tingkat hunian kamar hotel yang tidak stabil selama empat tahun baik di Kabupaten Bintan maupun di Kota Tanjungpinang. Salah satu tanda peningkatan hunian kamar hotel tidak stabil menurut (Sumarsono, 2014) adalah tidak adanya usaha yang dilakukan oleh pihak hotel untuk program pembaharuan terhadap fasilitas-fasilitas di hotel tersebut. Perbaikan dan penyempurnaan harus dilakukan oleh pihak hotel secara terus menerus agar citra hotel tetap dan mampu meningkatkan tingkat hunian kamar.

Sementara itu menurut Oka A Yoeti dalam (Nasution, 2014) menyatakan bahwa rata-rata tingkat hunian kamar hotel berkisar antara 60-70% tiap tahunnya, tergantung pada kondisi ekonomi, politik dan keamanan di mana lokasi hotel tersebut berada. Jika kamar yang terjual hanya 60-70% saja, maka yang 40-30% lainnya harus diusahakan agar terjual tiap harinya. Jika tidak maka akan timbul kerugian karena kamar kosong dan terisi, biayanya sama saja.

Dengan tingkat penghunian kamar yang masih dibawah 50 persen secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel, sedangkan tujuan utama dari sebuah industri atau usaha perhotelan adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin tingkat hunian kamar, karena semakin tinggi tingkat hunian kamar akan menunjukkan semakin besar keuntungan yang akan diperoleh oleh

perusahaan tersebut yang pada akhirnya dapat menjaga eksistensi perusahaan tersebut.

Tabel 1.1.

Data Jumlah Kamar, Rata-rata tarif kamar dan Tingkat Penghunian Kamar di Kabupaten Bintan Tahun 2012-2015

Tahun	Jumlah Kamar	Rata-rata tarif kamar (Rp)	Tingkat Penghunian Kamar (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
2012	2.259	4.372.690	44,30
2013	2.168	5.281.984	56,49
2014	2.184	5.197.007	52,06
2015	2.226	4.611.100	41,44

Sumber : Data BPS Provinsi Kepri yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 1.1. perkembangan jumlah kamar pada hotel di Kabupaten Bintan mengalami fluktuasi, tahun 2013 mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya tetapi mengalami peningkatan di tahun 2014 dan meningkat lagi di tahun 2015. Bila dilihat dari perkembangan tingkat penghunian kamarnya menunjukkan pola yang sebaliknya, tahun 2013 malah mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya tetapi di tahun 2014 dan 2015 mengalami penurunan. Begitu pula dengan rata-rata tarif kamar hotel di Kabupaten Bintan juga mengalami fluktuasi harga, tahun 2013 mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya tetapi mengalami penurunan di tahun 2014 dan kembali menurun di tahun 2015, selengkapnya dapat dilihat di tabel 1.1.

Berbeda halnya dengan yang terjadi di Kota Tanjungpinang, perkembangan jumlah kamar pada hotel di Kota Tanjungpinang terus mengalami penurunan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Bila dilihat dari perkembangan tingkat

penghunian kamarnya menunjukkan tahun 2012 merupakan angka tertinggi, kemudian mengalami penurunan di tahun 2013 dan meningkat di tahun 2014, sedangkan tahun 2015 tidak mengalami perubahan atau sama dengan tahun 2014. Untuk rata-rata tarif kamar hotel di Kota Tanjungpinang relatif stabil dibandingkan dengan yang terjadi di Kabupaten Bintan, hanya mengalami penurunan harga di tahun 2013 dibandingkan tahun sebelumnya dan tidak mengalami perubahan di tahun 2014 dan tahun 2015. Hal ini dapat dilihat selengkapnya pada tabel 1.2. di bawah ini.

Tabel 1.2.

Data Jumlah Kamar, Rata-rata tarif kamar dan Tingkat Penghunian Kamar di Kota Tanjungpinang Tahun 2012-2015

Tahun	Jumlah Kamar	Rata-rata tarif kamar (Rp)	Tingkat Penghunian Kamar (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
2012	2.013	2.552.000	39,42
2013	1.952	1.975.000	30,87
2014	1.929	1.975.000	38,45
2015	1.829	1.975.000	38,45

Sumber : Data BPS Provinsi Kepri yang diolah, 2015

Tingkat penghunian kamar yang rendah juga menunjukkan adanya permasalahan pada hotel-hotel yang ada di Kota Tanjungpinang dan Kabupaten Bintan. Saat ini tuntutan pelanggan jasa hotel terhadap produk jasa dan fasilitas hotel yang ditawarkan semakin tinggi. Selain jumlah kamar yang dimiliki, pengelola hotel juga dituntut mampu memberikan fasilitas yang terbaik, baik itu berupa fasilitas utama kamar maupun fasilitas penunjang lainnya. Hal ini dapat dijadikan keunggulan oleh suatu hotel terhadap hotel lain. Demikian juga dengan harga dan

lokasi hotel menjadi pertimbangan para pengguna jasa hotel. Harga yang bersaing akan mampu menjadi daya tarik bagi pengguna jasa hotel untuk menginap, begitu pula halnya dengan lokasi yang strategis dapat menjadi alternatif pemilihan hotel sebagai tempat persinggahan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dengan berbagai fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Hunian Kamar Hotel Berbintang di Pulau Bintan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah dibahas sebelumnya, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga kamar berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar ?
2. Apakah jumlah kamar berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar ?
5. Apakah harga kamar, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh harga kamar terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.

2. Mengetahui pengaruh jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
4. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
5. Mengetahui pengaruh harga kamar, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana dan upaya pengaplikasian teori-teori yang telah didapatkan selama proses perkuliahan di kampus dengan keadaan yang ada di lapangan, salah satunya mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh tempat usaha. Selain itu juga mampu menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti yang berkaitan dengan harga, jumlah kamar, fasilitas, lokasi dan tingkat hunian kamar pada hotel berbintang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi pelaku usaha perhotelan di Pulau Bintan dalam usaha meningkatkan tingkat hunian kamar melalui jumlah kamar hotel yang tersedia, harga kamar, fasilitas hotel dan lokasi usahanya agar tetap eksis di masa kini dan masa mendatang.

1.5 Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima (5) bab, masing-masing tidak dapat dipisahkan karena memiliki keterkaitan antara bab satu dengan bab lainnya. Sistematika penulisan dimaksudkan agar dalam penulisan penelitian ini dapat terarah dan sistematis. Gambaran lebih rinci mengenai penulisan penelitian ini dapat dilihat dalam beberapa bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menggambarkan mengenai fenomena yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan uraian tentang teori-teori atau materi-materi yang berkaitan dengan isi pokok pembahasan yang mendukung dalam penulisan penelitian yang meliputi Tinjauan Teori, Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Penelitian Terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari metode penelitian yang digunakan, meliputi Jenis Penelitian, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Populasi dan Sampling, Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengolahan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang meliputi gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis data hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan hasil akhir penelitian dan pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Salah satu bagian yang memiliki peran sangat penting dalam suatu perusahaan adalah bagian pemasaran, karena pemasaran memiliki fungsi utama untuk menguasai pasar dengan cara mencari dan memperbanyak konsumen, selain juga mempertahankan konsumen yang ada. Pemasaran juga menjadi ujung tombak, agar perusahaan dapat tetap bertahan hidup dan berkembang dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh sebab itu untuk mencapai tujuan perusahaan seorang pemasar harus dapat menyusun suatu strategi jitu dan wajib memahami berbagai permasalahan yang ada di bidangnya.

Ada beberapa literatur yang menjelaskan pengertian pemasaran. Menurut (Alma, 2009), pemasaran adalah suatu rangkaian manajemen mulai dari proses mengidentifikasi dan mengantisipasi sampai dengan memuaskan pelanggan yang dilakukan secara menguntungkan. Sementara (Kotler & Keller, 2010) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Selain itu, (Danang, 2014) mengemukakan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar

dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian jelas bahwa pemasaran telah didefinisikan berbagai cara oleh para ahli dan definisi tersebut tidak bersifat konstan, melainkan mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan dan evolusi itu sendiri.

Dari uraian para ahli di atas dapat dijelaskan beberapa kesimpulan, yaitu:

- Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.
- Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa.
- Pemasaran berorientasi pada langganan yang ada dan potensial.
- Pemasaran tidak hanya bertujuan memuaskan kepentingan langganan saja akan tetapi juga memerhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, seperti kesejahteraan sosial karyawan, kepentingan masyarakat sekitarnya, kepentingan para pemegang saham, pencemaran lingkungan dan lain-lain.
- Program pemasaran itu mulai dengan sebuah ide tentang produk baru (barang, jasa, ide pribadi atau tempat) dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan.

2.1.2 Konsep Pemasaran Jasa

Secara konsep, pemasaran jasa tidak bisa dipisahkan dengan pemasaran barang atau produk, akan tetapi antara barang dan jasa sering kali saling melengkapi diantara keduanya. Sebenarnya pembedaan secara tegas antara barang dan jasa

sering kali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang sering kali disertai dengan jasa-jasa tertentu dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya.

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *tangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Tjiptono, 2011). Sementara itu ciri-ciri yang membedakan antara barang dengan jasa adalah sebagai berikut:

- a. Jasa tak berwujud, yaitu jasa yang tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli.
- b. Jasa tak terpisahkan, yaitu jasa yang tidak dapat dipisahkan dari penyediannya.
- c. Jasa bersifat heterogen, yaitu output jasa tidak ada standarisasinya, setiap unit jasa agak berbeda dengan unit jasa lain yang sama.
- d. Jasa bersifat cepat hilang, yaitu jasa cepat hilang dan tidak dapat disimpan, pasaran jasa berubah menurut waktu.

Secara umum, menurut (Tjiptono, 2011) jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran usaha sebagai berikut:

- a. *Intangibility*. Jasa tidak berwujud atau tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan dan didengar sebelum jasa tersebut dibeli atau digunakan.
- b. *Inseparability*. Barang biasanya diproduksi dahulu kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa di lain pihak umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyediaan jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa

dimana kedua belah pihak saling mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

- c. *Variability*. Jasa bersifat sangat variabel karena bukan merupakan standar keberhasilan, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis. Tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para konsumen sangat peduli pada variabelitas yang tinggi ini dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memilih.
- d. *Perishability*. Jasa merupakan komoditi tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api yang kosong, kamar penginapan yang tidak dihuni atau jam tertentu yang kosong di tempat praktek seorang dokter akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan untuk dipergunakan di waktu yang lain. Hal ini tidak menjadi masalah karena permintaannya tetap. Bila permintaan berfluktuasi berbagai masalah akan muncul berkaitan dengan kapasitas menganggur atau saat permintaan sepi dan konsumen tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih kepenyediaan jasa yang lain.

2.1.3 Bauran Pemasaran

Istilah bauran pemasaran sering disebut juga dengan *marketing mix*, hal ini dikarenakan karena bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing* agar ditemukan kombinasi yang maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Kegiatan-kegiatan *marketing* tersebut terdiri dari 4 masalah yang biasa terjadi dalam pemasaran, yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *placement*. Lebih jelas tentang definisi dari *marketing mix* menurut beberapa ahli pemasaran antara lain:

“Kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu produk, harga, promosi dan sistem distribusi” (Swastha, 2009).

Sedangkan (Kotler Dan Amstrong, 2012) mendefinisikan bauran pemasaran (marketing mix) adalah merupakan alat yang baik untuk mengatur produk, harga, promosi, distribusi, kombinasi terhadap produk yang merupakan respon dari target pasar.

Kita menyadari bahwa karakteristik jasa berbeda dengan karakteristik produk manufaktur maka pendekatan pemasaran (4P) atau bauran pemasaran (*product, price, promotion* dan *place*) dirasa terlalu sempit, maka beberapa pakar pemasaran memperluas bauran pemasaran untuk jasa dengan menambah *people, proccess*, dan *costumer service* karena jasa sebagian besar diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan dan motivasi pegawai dapat membuat perbedaan besar dalam kepuasan pelanggan. Idealnya pegawai harus memperhatikan kompetensi, sikap memperhatikan, responsif, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah dan niat baik.

2.1.4 Hotel

K. Kraph yang menjabat Direktur Lembaga Riset Pariwisata Universitas Bern di Swiss mendefinisikan hotel sebagai sebuah gedung (bangunan) yang menyediakan penginapan, makanan dan pelayanan yang bersangkutan dengan menginap serta makan itu bagi mereka yang mengadakan perjalanan.

Surat Keputusan Menteri (Perhubungan Republik Indonesia, 1970) No. SK.241/H/70 Tahun 1970 menyebutkan hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi) serta menyajikan hidangan serta fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat *comfort* dan bertujuan komersial.

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia Nomor PM86/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyediaan

Akomodasi menjelaskan bahwa hotel adalah penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan-kegiatan hiburan dan/atau fasilitas-fasilitas lainnya.

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

2.1.5 Harga

Michael J.Etzel dalam (Danang, 2014) menyebutkan bahwa harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dollar=\$) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar (*price is value expressed in terms of dollars or monetary medium of exchange*). Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah *item* yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.

(Tjiptono, 2015) mengartikan secara sederhana istilah harga sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga juga mempunyai arti jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapat suatu produk.

Keputusan penetapan harga (Tjiptono, 2015) merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran.

2.1.5.1 Tujuan Penetapan Harga

Dalam strategi penentuan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Oleh karena itu tinjauan di sini berawal dari segi manajemen perusahaan yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapan harga.

Tujuan penetapan harga menurut (Tjiptono, 2011) pada dasarnya terdapat empat jenis penetapan harga yaitu :

1. Tujuan Berorientasi pada Laba

Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit untuk dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, adapula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.

4. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga. Bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka.

2.1.5.2 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga

Metode penetapan harga menurut (Tjiptono, 2011) secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan.
2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya. Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.
3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba. Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan. Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

2.1.6 Fasilitas

2.1.6.1 Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut (Sulastiyono, 2011) adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama mereka tinggal di hotel.

2.1.6.2 Jenis-jenis Fasilitas

Jenis-jenis fasilitas menurut (Haryono, 2015) dapat berupa:

1. Kamar hotel dengan segala perlengkapan yang terdapat di dalamnya dan ini menjadi fasilitas utama,
2. Restoran dengan berbagai jenis produk makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung pelayanan penyajian makanan dan minuman dengan baik,
3. Fasilitas-fasilitas olahraga seperti kolam renang, lapangan tenis, tempat fitness, dan
4. Tempat hiburan seperti karaoke dan lain-lain.

2.1.6.3 Jenis Fasilitas Kamar Hotel

(Meskardo, 2015) menjelaskan jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan tingkatannya yaitu:

1. *Standard room*. Tipe kamar hotel ini biasanya memiliki harga sewa paling murah.

2. *Superior room* atau *premium room*. Kamar jenis ini biasanya seperti kamar standar yang ukuran dan fasilitasnya lebih atau merupakan kamar khusus dengan lokasi yang lebih baik.
3. *Deluxe room*, Kamar ini biasanya berkelas karena perbedaan di desain dan penampilan serta lokasi. Ada beberapa hotel yang menerapkan tipe *deluxe* di bawah kamar *superior*.
4. *Junior suite room*. Kamar jenis ini mempunyai ruangan yang besar dengan fasilitas ruang tidur dan ruang duduk terpisah.
5. *Suite room*. Kamar tipe *suite* dapat dikatakan seperti apartemen kecil dalam sebuah hotel. Ukuran yang jauh lebih besar dari ukuran standar seperti ruang tidur, ruang tamu dan ruang memasak sendiri.
6. *Presidential* atau *penthouse room*, Jenis kamar yang termahal dari suatu hotel dan sebagian besar memiliki fasilitas terbaik.

(Meskardo, 2015) juga menjelaskan jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan jumlah ranjang yaitu:

1. *Single room*. Tipe kamar ini dilengkapi sebuah tempat tidur berukuran *single* untuk satu orang.
2. *Twin room*. Tipe kamar jenis ini dilengkapi dengan dua buah tempat tidur yang masing-masing berukuran *single*.
3. *Double room*. Tipe kamar hotel yang dilengkapi dengan satu ranjang atau tempat tidur dengan ukuran besar atau *double*.
4. *Triple room* atau *family room*, Kamar jenis ini diperuntukkan untuk keluarga yang dilengkapi dengan dua jenis tempat tidur, biasanya satu tempat tidur jenis *double* dan satu buah tempat tidur berukuran *single*.

2.1.6.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain Fasilitas

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan desain fasilitas menurut (Tjiptono, 2011) yaitu:

1. Sifat dan tujuan organisasi. Sifat dan tujuan seringkali menentukan berbagai ketentuan desainnya. Sebagai contoh, desain tempat penginapan perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai.
2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang dan tempat. Setiap perusahaan membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya.
3. Fleksibilitas. Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah sehingga resiko keusangan relatif besar.
4. Faktor estetis fasilitas yang tertata rapi, menarik, dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar. Masyarakat dan lingkungan sekitar memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.
6. Biaya konstruksi dan operasi. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

2.1.6.5 Pertimbangan Faktor Fasilitas

(Tjiptono, 2011) menjelaskan beberapa unsur-unsur memerlukan pertimbangan terhadap faktor-faktor berikut:

1. Pertimbangan atau perencanaan parsial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perancang ruang. Faktor ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur

seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan atau perabotan. Perlengkapan memiliki beberapa fungsi diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan.
4. Tata cahaya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah di sang hari, warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan dan suasana yang diinginkan.
5. Warna. Banyak orang yang meyakini bahwa warna memiliki bahasanya sendiri dimana warna dikatakan dapat menstimulasi perasaan dan emosi spesifik.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.1.7 Lokasi

2.1.7.1 Pengertian Lokasi

(Kasmir, 2011) menyatakan lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. Sementara menurut (Swastha, 2009), lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Teori Lokasi dari August Losch dalam (Afra, 2013) dengan melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar), Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh dari tempat penjual, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.

2.1.7.2 Dimensi yang Mempengaruhi Strategi Lokasi

(Tjiptono, 2011) menjelaskan dimensi yang mempengaruhi strategi lokasi yaitu:

1. Fleksibilitas, yaitu sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah layanan mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.
2. Penempatan kompetisi (*competitive positioning*) adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing.
3. Manajemen permintaan, adalah kemampuan perusahaan untuk mengendalikan kualitas, kuantitas dan waktu permintaan.

2.1.7.3 Faktor Pemilihan Lokasi

(Tjiptono, 2011) menyebutkan beberapa faktor pemilihan tempat lokasi yaitu:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu-lintas, menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar

terhadap terjadinya dorongan pembelian (*impulse buying*) yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan.

- b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing.

2.1.8 Tingkat Hunian Kamar

Produk utama dari sebuah hotel adalah jasa penyewaan kamar. Sugiarto dalam (Sumarcaya, 2013) menyatakan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual jika dibandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia. Damardjati dalam (Anisa, 2015) menyebutkan bahwa tingkat hunian kamar adalah kamar-kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu kemudian dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar tersedia yang diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan atau tahunan.

Tingkat hunian kamar yang tinggi akan dapat memberikan keuntungan dan penghasilan yang tinggi bagi hotel tersebut. Hal ini dikarenakan kamar sebagai produk utama yang memberikan profit *margin* yang paling tinggi dibandingkan dengan produk-produk hotel yang lain seperti *laundry*, bar, restoran, *room service* dan lain sebagainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual, jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual.

2.1.8.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar

Dalam menjual produk-produknya sebuah hotel harus memperhatikan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki agar hotel tersebut dapat mengelolanya menjadi suatu kekuatan atau daya tarik bagi tamu. Hal ini bertujuan agar hunian kamar yang dimiliki sekurang-kurangnya mampu mencapai target tingkat hunian yang diharapkan untuk memberikan keuntungan bagi hotel tersebut. Oka A Yoeti dalam (Nasution, 2014) menuliskan bahwa harga, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Sedangkan menurut Suarhana dalam (Wijaya & Santoso, 2018) faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar dan promosi.

Any Setiawati dalam (Sumarcaya, 2013) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada suatu hotel yaitu:

1. Lokasi hotel

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

tersebut.

2. Pelayanan hotel

Hotel perlu menetapkan standar pelayanan kepada tamu yang datang sehingga tamu merasa diperhatikan dan mendapat pelayanan yang istimewa. Standar pelayanan suatu hotel harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi para tamu yang menginap di hotel tersebut.

3. Harga kamar

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

4. Promosi

Pada dasarnya bertujuan untuk menginformasikan kepada banyak orang bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Pernyataan ini dapat dimengerti bahwa promosi sangat penting artinya dalam menentukan keberhasilan menjual kamar dari sebuah hotel melalui media-media promosi agar calon tamu dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh sebuah hotel, sehingga menarik minat mereka untuk berkunjung dan menginap.

2.1.8.2 Tanda-tanda Peningkatan Hunian Hotel

(Sumarsono, 2014) menjelaskan beberapa tanda-tanda hotel yang sedang tumbuh adalah:

1. Secara pangsa pasar (*market share*) mengalami pertumbuhan tiap tahun, jumlah tamu yang semakin banyak dan harga yang tiap tahun naik.
2. Hotel menjadi *trending topic* (bahan pembicaraan yang positif oleh banyak orang).
3. Dianggap selalu melakukan inovasi dan kreatifitas.
4. Dapat menjual kamar dan produk lainnya dengan harga premium.
5. Percaya penuh kepada profesional atau manajemen yang menanganinya.

2.1.8.3 Tanda-tanda Peningkatan Hunian Hotel Tidak Stabil

(Sumarsono, 2014) juga menjelaskan beberapa tanda-tanda hotel yang sedang tidak stabil adalah:

1. Hotel tidak ada lagi perbaikan, fasilitas banyak yang rusak, tidak ada usaha untuk program pembaharuan terhadap barang yang diganti.
2. Karyawan yang tidak peduli terhadap tamu, termasuk tidak peduli dengan komplain.
3. Banyak tamu yang pindah ke hotel lain.
4. Tidak ada acara yang diselenggarakan di hotel tersebut, baik skala kecil atau besar.

2.1.8.4 Penyebab Tingkat Hunian Tidak Stabil

(Sulastiyono, 2011) menyebutkan kemungkinan penyebab tingkat hunian tidak stabil tetapi kurang memanfaatkan fasilitas hotel diantaranya:

1. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan tamu, baik

produk nyata (*tangible product*) maupun produk tidak nyata (*intangible product*).

2. Kurangnya tindakan yang nyata untuk membujuk para tamu yang tinggal di hotel agar mau memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh hotel.

2.2 Kerangka Pemikiran

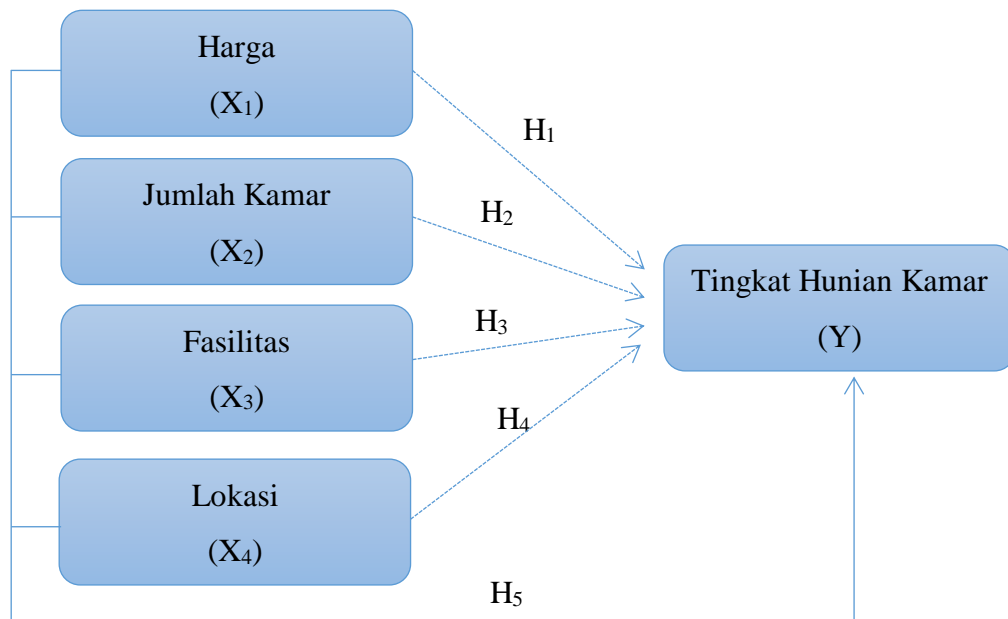
Uma Sekaran dalam (Sugiyono, 2011) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran adalah gambaran tentang keterikatan antar variabel penelitian yang akan dikaji, yang akan dibangun oleh peneliti untuk memecahkan masalah atau mencapai tujuan penelitian berdasarkan hasil tinjauan pustaka.

Sedangkan menurut Suriasumantri dalam (Sugiyono, 2011), kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Kerangka pemikiran penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini penilaian harga (X1), jumlah kamar (X2), fasilitas (X3) dan lokasi (X4) memiliki keterikatan dengan

variabel dependen yaitu tingkat hunian kamar (Y).

Gambar 2.
Kerangka Pemikiran



Keterangan :
 -.-> = Parsial
 —> = Simultan

Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2019)

2.3 Perumusan Hipotesis

(Sugiyono, 2012) mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Sedangkan menurut (Roseha, 2010) hipotesis adalah dugaan sementara sehingga masih memerlukan pembuktian. Hipotesis dinyatakan dalam bentuk pernyataan dan sinkron dengan rumusan masalah. Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini berdasarkan latar

rumusan masalah yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

- H₁: Harga diduga secara parsial berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
- H₂: Jumlah kamar diduga secara parsial berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
- H₃: Fasilitas diduga secara parsial berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
- H₄: Lokasi diduga secara parsial berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.
- H₅: Harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi diduga secara simultan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian diperlukan untuk mendukung proses penelitian yang lebih baik. (Herlina, 2002) melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada hotel Sulawesi di Jember dimana faktor biro perjalanan (X_1), tarif kamar (X_2) dan jumlah kamar (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar (Y) dengan nilai $F_{test} > F_{tabel}$ ($21,246 > 4,35$). Koefisien determinasi bernilai 0.910 berarti secara bersama-sama variabel bebas dapat menjelaskan variabel tidak bebas sebesar 91,10 % dan sisanya dijelaskan variabel di luar model.

Penelitian (Dewi, 2003) yang berjudul Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Frekuensi Hunian (Studi Kasus pada Hotel Agas Internasional Surakarta) menghasilkan nilai signifikansi F ($0,000 < 0,05$) atau nilai F_{hitung} (36,603) $> F_{tabel}$ (2,62) yang berarti terdapat pengaruh variabel harga, fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap frekuensi hunian di Hotel Agas Internasional Surakarta secara serempak. Nilai *adjusted R squared* sebesar 0,590. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel-variabel harga, fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap frekuensi hunian di Hotel Agas Internasional Surakarta secara serempak atau dengan kata lain bahwa variabel frekuensi hunian benar-benar dijelaskan oleh variabel dari harga, fasilitas, pelayanan dan lokasi sebesar 59%. Selebihnya yaitu 41% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan cukup baik. Variabel lokasi merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap frekuensi hunian.

Penelitian (Zulkarnain, 2005) berjudul Pengaruh Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian pada Hotel Karya Tapin 1 di Tenggarong menyebutkan bahwa hipotesis awal yang dikemukakan yaitu “Diduga bahwa harga kamar berpengaruh besar terhadap tingkat hunian pada Hotel Karya Tapin 1 di Tenggarong” ditolak dan tidak terbukti kebenarannya. Hal ini didasarkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,21 yang mengindikasikan hubungan antar variabelnya lemah atau kecil karena angka 0,21 berada dibawah 0,50 atau mendekati nol atau $r = 1,0$. Hal ini diperkuat hasil uji t dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang artinya harga kamar kurang mampu menunjukkan pengaruhnya terhadap tingkat hunian sehingga hipotesis ditolak.

(Abdullah & Hamdan, 2012) juga melakukan penelitian berjudul *Internal Success Factor of Hotel Occupancy Rate*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa

pelayanan makanan dan minuman serta promosi dan harga memiliki hubungan yang kuat dan berkorelasi positif terhadap tingkat hunian hotel.

(Sada, Raheem, Saleem, Flayyih, & Al-Juboori, 2013) melakukan penelitian yang berjudul *Factors Affecting Hotels Occupancy Rate (An Empirical Study on Some Hotels in Amman)*. Hasil studinya ditemukan bahwa Tingkat hunian hotel-hotel Jordan dipengaruhi oleh banyak faktor terlepas dari musim dan faktor-faktor tetap lainnya. Karakteristik hotel (lokasi hotel, ukuran, jumlah kamar) berdampak pada tingkat hunian hotel Yordania. Faktor-faktor internal hotel (kualitas layanan, fasilitas kamar, harga, sikap karyawan dan kebersihan) berdampak pada tingkat hunian hotel Yordania.

(Nasution, 2014) melakukan Analisa Pengaruh *Marketing Mix* pada Tingkat Hunian Hotel Berbintang di Kota Batam. Model regresi berdasarkan analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = 23,092 + 5,721X_1 + 0,318X_2 - 0,441X_3 - 7,690X_4 + 0,630X_5 - 0,285X_6$. Dari hasil pengujian analisis statistik regresi berganda yang telah dilakukan, ternyata pengaruh pelaksanaan bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan tingkat hunian hotel berbintang di Kota Batam. Hal ini dicerminkan dari nilai F_{hitung} sebesar 27,571 dan nilai F_{tabel} sebesar 4,89 sehingga diputuskan untuk menolak H_0 . Artinya bahwa variabel People (X_1), Produk (X_2), Harga (X_3), Promosi (X_4), Tempat (X_5), dan Penempatan Jasa (X_6) berpengaruh nyata secara simultan terhadap variabel Y (tingkat hunian), atau minimal ada salah satu variabel yang signifikan. Selain itu, diperoleh juga nilai determinan terkoreksi (*adjusted R Squared*) sebesar 0,357 yang artinya bahwa variabel perubahan Y dapat dijelaskan oleh variabel perubahan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 sebesar 0,357 atau 35,70 %. Nilai determinan (*R Squared*) sebesar 0,371

artinya bahwa variabel perubahan Y dapat dijelaskan oleh variabel perubahan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 sebesar 0,371 atau 37,10 % dan nilai korelasi sebesar 0,609 artinya bahwa derajat hubungan antar variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 dengan Y sebesar 0,609.

(Risna, 2017) melakukan penelitian berjudul Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa pada Tingkat Hunian Hotel Berbasis Syari'ah di Makassar (Studi Kasus Hotel Al-Badar Syari'ah). Hasil pengujian determinasi (R^2) adalah 0,591. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu *product* (X_1), *price* (X_2), *promotion* (X_3), *place* (X_4), *people* (X_5) *proccess* (X_6) dan *physical evidence* (X_7) terhadap variabel dependen yaitu keputusan tamu menginap adalah sebesar 59,1 persen, sedangkan sisanya 39,9% persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan angka r (korelasi) sebesar 0,787 menggambarkan korelasi atau hubungan variabel terikat dengan variabel bebas artinya adanya hubungan yang positif dan erat antara *product* (X_1), *price* (X_2), *promotion* (X_3), *place* (X_4), *people* (X_5), *process* (X_6) dan *physical evidence* (X_7) dengan keputusan tamu menginap di Hotel Al-Badar Syariah sebesar 78,7%.

Persamaan atau kaitan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti tentang bauran pemasaran atau unsur-unsur bauran pemasaran terhadap tingkat hunian kamar serta metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif dengan mencari hasil statistik terhadap analisis regresi dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

Perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian dan objek penelitian. Penelitian ini lebih menekankan faktor internal hotel yang berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar berdasarkan

data yang tersedia. Sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada penilaian pelanggan/konsumen terhadap tingkat hunian kamar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis dimana data yang diperoleh berupa angka atas suatu data yang diteliti baik itu gejala-gejala dan fenomena sosial, serta keterkaitan antara satu dengan yang lain. Menurut (Sugiyono, 2012) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

(Sugiyono, 2012) mendefinisikan metode deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Sedangkan metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sehingga dalam penelitian ini juga menggunakan pendekatan metode deskriptif dan asosiatif.

3.2. Jenis Data

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tepat waktu, sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh. Beberapa jenis data yang digunakan adalah :

1. Data Kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2012), data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.
2. Data Kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.

Sedangkan menurut sumbernya, data yang digunakan adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2012) menyatakan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.
2. Data Sekunder, yaitu data yang data yang diperoleh/ dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi dengan kata lain data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sementara pengertian dari data sekunder menurut (Sugiyono, 2012) adalah Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang berasal dari kegiatan pengumpulan data statistik hotel dan akomodasi yang dilakukan secara rutin setiap tahun melalui Survei VHTL dan VHTS yang

bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Kepulauan Riau. Data tersebut dapat dirinci sebagai berikut :

1. Data terkait harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi diperoleh dari Survei VHTL.
2. Sedangkan data tingkat penghunian kamar diperoleh dari Survei VHTS.

3.4. Populasi Dan Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2011) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan menurut (Arikunto, 2013) “Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi merupakan sumber data yang sangat penting, karena tanpa kehadiran populasi penelitian tidak akan berarti serta tidak mungkin terlaksana”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh hotel berbintang (mulai bintang 1 sampai dengan bintang 5) yang ada di pulau Bintan, baik yang terletak di dalam wilayah Kabupaten Bintan maupun yang terletak di Kota Tanjungpinang yang berjumlah 17 hotel berbintang.

3.4.2 Sampling

Menurut (Sugiyono, 2011) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sedangkan *sampling* adalah teknik atau cara pengambilan sampel.

Menurut (Arikunto, 2013) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Sebaliknya jika subjeknya lebih besar dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%”. Karena populasi hotel berbintang di pulau Bintan hanya berjumlah 17 hotel, berdasarkan pendapat di atas, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi hotel berbintang yang ada di pulau Bintan.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Secara teoritis, definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel-variabel operasional sehingga dapat diukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu : variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah harga kamar (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) terhadap tingkat hunian kamar (Y).

a. Variabel Dependen

1. Tingkat hunian kamar (Y)

Endar Sugiarto dalam (Sumarcaya, 2013) menyatakan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual, jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual. Tingkat hunian kamar yang tinggi pada sebuah hotel akan dapat memberikan keuntungan dan penghasilan yang tinggi

bagi hotel tersebut. Hal ini dikarenakan kamar dalam sebuah hotel merupakan produk utama untuk dijual. Oleh karena itu, penjualan kamar memberikan profit margin yang paling tinggi dibandingkan dengan pendapatan dari produk-produk hotel yang lain seperti laundry, bar, restaurant, room service dan lain sebagainya.

Damardjati dalam (Anisa, 2015) mengatakan bahwa tingkat hunian hotel adalah persentase dari kamar-kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan yang diperhitungkan dalam jangka waktu, misalnya harian, bulanan atau tahunan. Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel sebagai perbandingan antara banyaknya malam kamar yang terpakai dengan banyaknya malam kamar yang tersedia (dalam persen). Tingkat penghunian kamar dirumuskan dengan :

$$TPK = \frac{A}{B} \times 100$$

keterangan:

TPK = Tingkat Penghunian Kamar (dalam persen)

A = Jumlah Malam Kamar yang Dihuni

B = Jumlah Malam Kamar yang Tersedia

Tingkat penghunian kamar digunakan untuk memberikan gambaran berapa persen kamar yang tersedia pada akomodasi terisi oleh tamu yang menginap dalam suatu waktu tertentu. Angka ini menunjukkan apakah suatu akomodasi diminati oleh pengunjung atau tidak, sehingga dapat

dilihat apakah di suatu daerah masih kurang keberadaan akomodasi atau tidak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (wisatawan) dengan interpretasi :

- Apabila TPK memiliki nilai cukup besar berarti akomodasi hotel di suatu daerah diminati oleh pengunjung;
- Apabila TPK memiliki nilai yang kecil, berarti akomodasi di suatu daerah kurang diminati oleh pengunjung.

b. Variabel Independen

1. Harga kamar (X_1)

Harga kamar adalah sejumlah nilai yang ditawarkan oleh pihak penyedia akomodasi/hotel kepada konsumen atas jasa sewa sebuah kamar. Indikatornya adalah kesesuaian harga dengan besarnya kamar, kesesuaian harga dengan fasilitas dan kesesuaian harga kamar dengan sarana. Skala ukurnya adalah besarnya sewa kamar per malam atau sekali semalam.

2. Jumlah kamar (X_2)

Jumlah kamar adalah banyaknya kamar dalam suatu hotel dan dinyatakan dengan unit. Dalam penelitian ini, kamar yang dimaksud adalah kamar yang siap untuk dijual pada saat pencacahan (tidak termasuk kamar pribadi, kamar penjaga malam, kamar pegawai hotel dan kamar yang sedang dalam perbaikan) yang mengacu pada Peraturan Kepala BPS No. 57 Tahun 2009 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia.

3. Fasilitas (X_3)

Ketersediaan fasilitas yang dapat memuaskan pengguna jasa hotel misalnya *food and beverage*, parkir, ruang tunggu, kondisi kamar, restoran, *swimming pool*, fitness, fasilitas *members* dan lain lain. Dalam penelitian ini, fasilitas dibedakan menjadi tiga, yaitu fasilitas kamar, fasilitas penunjang dan fasilitas lainnya, dan diukur dengan ada atau tidaknya fasilitas tersedia. Isikan kode 1 (“Ya”) jika tersedia dan kode 2 (“Tidak”) jika tidak tersedia. Fasilitas kamar merupakan bagian dari penilaian untuk klasifikasi hotel sesuai Peraturan (Menteri, 2013) Parekrif No. PM. 53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel.

4. Lokasi (X_4)

Image pelanggan terhadap tempat atau lokasi hotel berdasarkan kebutuhan pelanggan. Pada penelitian ini, lokasi diukur menggunakan letak dan jarak. Misalnya letak dengan fasilitas umum, letak yang strategis dengan tujuan konsumen, dan letak atau jarak yang dapat dijangkau dengan mudah. Jarak yang dimaksud adalah jarak tempuh terdekat dari Bandara (jarak usaha akomodasi dengan bandara terdekat) atau Terminal (jarak usaha akomodasi dengan terminal terdekat)

3.6. Teknik Pengolahan Data

Menurut (Rumengan, 2010), tahap pengolahan data yang digunakan dapat berupa :

1. Pengeditan (Editing)

Proses pengeditan didalam penelitian merupakan proses yang bertujuan agar

data yang telah dikumpulkan dapat :

- a. Memberikan kejelasan sehingga mudah dibaca, hal ini memiliki pengertian bahwa pengeditan data yang sempurna akan membuatnya lebih jelas dan mudah dibaca sehingga membuat data mudah dimengerti.
- b. Konsisten, hal ini memiliki pengertian bahwa bagaimana pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh responden dan pengecekan konsistensi dapat mendeteksi jawaban-jawaban yang keliru/salah.
- c. Lengkap, hal ini memiliki pengertian bahwa seberapa banyak data yang hilang dari kuesioner atau wawancara yang telah dilakukan. Data yang hilang kemungkinan besar dikarenakan responden menolak menjawab pertanyaan-pertanyaan tertentu.

2. Pemberian kode (*Coding*)

Proses pemberian kode dalam penelitian ini merupakan suatu cara untuk memberikan kode tertentu terhadap bermacam-macam jawaban dari kuesioner yang telah disebar guna dikelompokkan pada kategori yang sama. Pengkodean ini berarti menerjemahkan data kedalam kode dan secara lebih lanjut akan dianalisis melalui program komputer.

Koding merupakan kegiatan merubah data berbentuk huruf menjadi data berbentuk angka/ bilangan. Misalnya untuk variabel pekerjaan dilakukan coding 1 = Mahasiswa, 2 = Pegawai Negeri Sipil, 3 = Swasta dan 4 = Ibu Rumah Tangga. Jenis kelamin: 1 = Pria dan 2 = Wanita. Kegunaan dari *coding* adalah untuk mempermudah pada saat analisis data dan juga mempercepat pada saat *entry* data. *Entry* data, adalah transfer coding data dari kuesioner ke

software. Pengkodean data dilakukan untuk memberikan kode yang spesifik pada respon jawaban responden untuk memudahkan proses pencatatan data. Pemberian kode pada data adalah menterjemahkan data kedalam kode-kode yang biasanya dalam bentuk angka. Tujuannya ialah untuk dapat dipindahkan kedalam sarana penyimpanan, misalnya komputer dan analisa berikutnya.

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Proses penentuan skor atas jawaban yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang sesuai dengan anggapan atau pendapat dari responden. Skor pengukuran dengan menggunakan skala likert.

4. Tabulasi (*Tabulating*)

Tabulasi merupakan tahap pengumpulan data dengan pengelompokan atas jawaban yang diteliti ke dalam bentuk table. Dengan adanya tabulasi, dapat diketahui jumlah individu yang menjawab pertanyaan-pertanyaan sehingga dapat dianalisis secara kualitatif.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan menggunakan alat bantu berupa *software* komputer program SPSS. SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisis sebuah data dengan analisis statistik dan sangat populer di kalangan peneliti untuk membantu melakukan perhitungan terkait analisis data dengan *algoritma machine learning*, *analisis string*, serta analisis *big data* yang dapat diintegrasikan untuk membangun platform data.

3.7.1 Uji Kualitas Data

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkapkan. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan tujuan untuk mengungkapkan sesuatu (Priyatno, 2013). Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin meneliti kuesioner didalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Rumengan, 2010).

Menurut (Priyatno, 2013) teknik uji validitas item dengan korelasi person, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel.

Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.0,1) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.0,1) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk nilai r hitung didapat berdasarkan nilai *person correlation* dari hasil *output tabel correlation*, sedangkan untuk nilai r tabel dapat dilihat pada lampiran tabel r .

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui kesenjangan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Priyatno, 2013).

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu alat ukur disebut mempunyai reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan dan dapat diramalkan (Rumengan, 2010).

Ada beberapa metode pengujian reliabilitas diantaranya metode tes ulang, formula belah dua dari *Spearman Brown*, *formula Rulon*, *formula Flagan*, *Cronbach Alpha*, metode formula KR-20, KR-21, dan metode *Anova Hoyt* (Priyatno, 2013).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas *residual*, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu data *residual* terdistribusi normal dan tidak adanya multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya (Priyatno, 2013).

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk melihat apakah model regresi

berganda adalah model yang terbaik. Jika hasil penelitian tidak melanggar seluruh asumsi yang ada, maka regresi berganda yang dianalisis akan menghasilkan kesimpulan yang dapat dipercaya (Rumengan, 2010). Adapun pengujian asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berikut penjelasan mengenai uji normalitas residual, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas Residual

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai *residual* yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai *residual* yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2013).

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah yang berdistribusi normal (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas *residual* menggunakan metode grafik.

(Priyatno, 2013) menjelaskan uji normalitas *residual* menggunakan metode grafik dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal p-p plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai *residual* tersebut dianggap normal.

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Rumengan, 2010).

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar (Priyatno, 2013).

Untuk uji multikolinieritas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *tolerance dan inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Ghazali dalam (Priyatno, 2013) cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *varian inflasion* (VIF) dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Untuk nilai *Tolerance* dan VIF dapat dilihat pada *output coefficients* pada kolom *collinearity statistics (tolerance dan VIF)*.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian *residual* dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka terjadi homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Data yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas (Rumengan, 2010). Heteroskedastisitas adalah varian *residual* yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara melakukan uji heteroskedastisitas salah satunya

dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi yang terbentuk.

Dasar kriteria pengambilan keputusan menggunakan metode grafik menurut (Priyatno, 2013) yaitu:

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen Y berdasarkan dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dalam suatu persamaan linier (Trihendradi, 2013). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif (Priyatno, 2013).

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh faktor harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi terhadap tingkat hunian kamar hotel berbintang di Pulau Bintan.

Adapun persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y' = tingkat hunian kamar (nilai yang diprediksi).

X_1 = harga

X_2 = jumlah kamar

X_3 = fasilitas

X_4 = lokasi

a = konstanta (nilai Y' apabila X_1, X_2, X_3 dan $X_4 = 0$)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan variabel tingkat hunian kamar didasarkan pada variabel harga, jumlah kamar, fasilitas dan lokasi)

e = *error*

Penjelasan persamaan regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta artinya jika semua variabel X nilainya 0, maka nilai variabel Y sebesar nilai konstanta.
- Jika koefisien variabel X bernilai positif, artinya jika X mengalami kenaikan 1% maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar nilai X dengan asumsi variabel yang lainnya tetap.
- Jika koefisien variabel X bernilai negatif, artinya jika X mengalami kenaikan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar nilai X dengan asumsi variabel yang lainnya tetap.

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji t

(Ghozali, 2011) menyatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Priyatno, 2013) menyebutkan uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Tahapan melakukan uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ho: Tidak ada pengaruh antara variabel independen: harga (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) secara parsial terhadap variabel dependen: tingkat hunian kamar (Y).

Ha: Ada pengaruh antara variabel independen: harga (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) secara parsial terhadap variabel dependen: tingkat hunian kamar (Y).

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$).

3. Menentukan t hitung

Nilai t_{hitung} didapatkan dari nilai koefisien hasil regresi linier berganda.

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t ditentukan $\alpha/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel

independen).

5. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} untuk mengambil keputusan apakah H_0 diterima atau ditolak dengan menggunakan kriteria pengujian berikut:

- Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima.
- Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

6. Kesimpulan

3.7.4.2 Uji F

(Ghozali, 2011) menyatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). (Priyatno, 2013) juga menjelaskan bahwa uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tahapan melakukan uji F sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel (independen) harga (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) secara bersama-sama terhadap variabel (dependen) tingkat hunian kamar (Y).

H_1 : Ada pengaruh antara variabel (independen) harga (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) secara bersama-sama terhadap variabel (dependen) tingkat hunian kamar (Y).

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$).

3. Menentukan F hitung

F_{hitung} dapat dilihat pada tabel ANOVA hasil regresi linier berganda.

4. Menentukan F tabel

Pada tingkat keyakinan 95%, $\alpha=0,05$, df 1 (jumlah variabel dikurangi 1) dan df 2 = n-k-1 (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Membandingkan F hitung dengan F tabel

Nilai F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} , apakah H_0 diterima atau ditolak dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- H_0 diterima jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perbandingan dari F_{hitung} dengan F_{tabel} , apakah secara bersama-sama (simultan) variabel (independen) harga (X_1), jumlah kamar (X_2), fasilitas (X_3) dan lokasi (X_4) berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel (dependen) tingkat hunian kamar (Y).

3.7.4.3 Koefisien Determinan

R-square untuk memeriksa apakah model persamaan regresi linier yang terestimasi sudah cukup baik atau tidak, praktisnya nilai *R-square* adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas (Rumengan, 2010). (Priyatno, 2013) menyebutkan uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen

(X_1, X_2, \dots, X_n) secara serempak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi independen dalam model mampu menjelaskan variasi dependen. Dalam penelitian ini, persentase sumbangan pengaruh variabel independen berdasarkan nilai *adjusted R-square*.

Adjusted R-square adalah *R-square* yang telah disesuaikan. Nilai ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *Adjusted R Square* biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen (Priyatno, 2013).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. A., & Hamdan, M. H. (2012). Internal Success Factor of Hotel Occupancy Rate. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 199–218.
- Afra, W. M. H. (2013). *Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Ouval Research Di Buahbatu Bandung, Unikom Bandung*.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anisa, R. (2015). "Hubungan Antar Citra yang Berlaku (*current image*) dengan tingkat hunian kamar Hotel Grand Royal Panghegar." Universitas Islam Bandung.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Tingkat Penghunian Kamar Occupancy Rate of Hotel Room*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Kepulauan Riau Dalam Angka*. TanjungPinang: BPS Kepulauan Riau.
- Danang, S. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS.
- Darmajaya, J. B. (2016). *Analisis harga terhadap room occupancy*. 02(02), 1–12.
- Dewi, P. L. (2003). *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Frekuensi Hunian*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono. (2015). *Dahsyatnya Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Perhotelan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Herlina, N. (2002). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Sulawesi Jember*.

- Hilda B Alexander. (2013). Tingkat Hunian Turun, Jumlah Kamar Justru Melonjak. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://properti.kompas.com/read/2013/07/08/1433010/Tingkat.Hunian.Turun.Jumlah.Kamar.Justru.Melonjak>
- Idris, M. (2017). Tingkat Hunian Kamar Rendah, Pengusaha Hotel Tunda Ekspansi. *Detik.Com*. Retrieved from https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3528452/tingkat-hunian-kamar-rendah-pengusaha-hotel-tunda-ekspansi?_ga=2.64190829.395120080.1562311166-1468602542.1519267689
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler Dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Menteri, P. (2013). *Permen Parekraf No. PM. 53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel*. 1–11.
- Meskardo, S. (2015). *Omset Berlipat dari Bisnis Hotel, Tur dan Travel*. Jakarta: Cemerlang Publisng.
- Nasution, A. P. (2014). Analisa Pengaruh Marketing Mix Pada Tingkat Hunian Hotel Berbintang Di Kota Batam. In *Dimensi* (Vol. 3).
- Perhubungan Republik Indonesia, M. *Surat Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. SK.241/H/70 Tentang Hotel*. , (1970).
- Petriella, Y., & Lawi, G. F. K. (2018). Okupansi Kamar : Perhotelan Meredup. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://sumatra.bisnis.com/read/20181004/448/845313/okupansi-kamar-perhotelan-meredup>
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Resorts, B., Resorts, P. B., Bakau, H., Golf, B., Akomodasi, P., Bintan, P., ...
Bintan, T. B. (2017). Panduan Utama ke Bintan. Retrieved from <https://www.bintan-resorts.com/wp-content/uploads/2018/03/bintan-travel->

guide-bahasa-indo.pdf

- Risna. (2017). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pada Tingkat Hunian Hotel Berbasis Syari'ah di Makassar (Studi Kasus Hotel Al-Badar Syari'ah)*.
- Roseeha, D. (2010). *Sukses Menulis Proposal, Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Keen Book.
- Rumengan, J. (2010). *Metodologi Penelitian Dengan SPSS*. Batam: UNIBA PRESS.
- Sada, A., Raheem, M., Saleem, A., Flayyih, N., & Al-Juboori, M. (2013). Interdisciplinary journal of contemporary research in business Factors Affecting Hotels Occupancy Rate (An Empirical Study on Some Hotels in Amman). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 142–159.
- Sianturi, R. U. (2019). Kunjungan Wisman Naik, Tapi Lama Menginap di Hotel Berbintang Justru Turun. *Tribun Batam.Id*. Retrieved from <https://batam.tribunnews.com/2019/01/03/kunjungan-wisman-naik-tapi-lama-menginap-di-hotel-berbintang-justru-turun-ini-penjelasan-bps-kepri>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian. Cetakan Keduabelas*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi : Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarcaya, P. A. (2013). *Pengaruh reservasi melalui travel agent dan online travel agent terhadap tingkat hunian kamar di discovery kartika plaza hotel bali*. Retrieved from <erepo.unud.ac.id/10712/1/149476caf27b34925e427094d7be66a5.pdf>
- Sumarsono, D. (2014). *Dahsyatnya Bisnis Hotel di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B. (2009a). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. (2009b). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.

- Trihendradi. (2013). *Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyatmaja I Gusti dan Suwena. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 42–53. Retrieved from <http://www.jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/341>
- Zulkarnain. (2005). *Pengaruh Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapin 1 Di Tenggarong*.

CURICULUM VITAE



Nama : Edy Purnomo
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 2 Maret 1975
Status : Menikah
Agama : Islam
Email : edyp@bps.go.id
Alamat : Jl. Dr. Sutomo No. 18 RT.06 RW. 06
Kelurahan Bukit Cermin, Tanjungpinang
Pekerjaan : PNS di BPS Provinsi Kepulauan Riau

Riwayat Pendidikan : - SD Negeri 053 Tanjungpinang
- SMP Negeri 1 Tanjungpinang
- SMA Negeri 1 Tanjungpinang
- STIE Pembangunan Tanjungpinang