

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri perhotelan adalah salah satu industri yang berperan penting dalam perkembangan ekonomi dan dunia pariwisata di Indonesia. Secara umum hotel adalah seluruh atau sebagian bangunan yang digunakan untuk pelayanan kamar, makanan, dan minuman serta rekreasi yang dikelola dengan tujuan komersial. Hotel merupakan salah satu sarana akomodasi yang digunakan bagi para pelaku bisnis maupun wisatawan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat, maupun tempat untuk makan dan minum. Keberadaan hotel ditengah-tengah masyarakat dirasakan semakin penting bagi yang membutuhkan tempat untuk menginap dalam berbagai keperluan

Hotel sangat berperan dalam mendukung kota Medan sebagai daerah tujuan wisata. Demikian juga halnya dengan Garuda Plaza Hotel yang berada di Jl. Sisingamangaraja Medan. Garuda Plaza Hotel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penginapan yang populer dikalangan wisatawan karena dekat dengan objek wisata religius serta memiliki lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota Medan.

Untuk menjadikan Medan sebagai daerah tujuan wisata, Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bertugas melaksanakan pemasaran dan membuat perencanaan guna meningkatnya kunjungan wisatawan dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat setempat juga PAD (Pendapatan Asli Daerah) bidang kepariwisataan. Sejalan dengan pelaksanaan tugas tersebut maka

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membuat Rencana Kerja (Renja) setiap tahun. Untuk tercapainya apa yang diharapkan sesuai visi yang ada, yaitu mewujudkan kota Medan sebagai daerah tujuan wisata. Perkembangan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Medan dari Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1.
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman)
ke Kota Medan

| No | Jalur | Jumlah Kunjungan Wisatawan | | | |
|--------------|---------|----------------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Tahun | | | |
| | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 1 | Airport | 744.543 | 735.172 | 593.454 | 487.23 |
| 2 | Seaport | 67.893 | 79.307 | 62.736 | 51.606 |
| Total | | 812.436 | 814.479 | 656.190 | 51.606 |

Sumber : Dinas Pariwisata Medan, 2022.

Tabel 1.1. memperlihatkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke kota Medan mengalami fluktuasi naik turun, dimana terjadi peningkatan jumlah wisatawan menjadi 814.4709 tahun 2019 dibanding tahun 2018, tetapi mengalami penurunan sejak tahun 2020 sampai 2021. Penurunan ini terutama sangat dipengaruhi oleh pandemic covid-19.

Perkembangan industri hotel di kota Medan menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan dari tahun ke tahun. Masyarakat semakin diperhadapkan dengan berbagai pilihan hotel mewah bertaraf internasional yang terdapat di pusat kota Medan. Persaingan industri hotel yang semakin kompetitif membuat para manajer hotel berinisiatif untuk memberikan image terbaik bagi para konsumen serta dapat menjadi media promosi yang baik melalui konsumen tersebut.

Target pengunjung hotel merupakan salah satu aspek yang sangat menentukan kemajuan hotel. Banyak faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung hotel antara lain kelengkapan fasilitas, kualitas pelayanan dan berbagai faktor lainnya.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2018:49). Sedangkan menurut Sulastiyono (2016:37) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pencapaian target hunian yang telah ditetapkan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

Fasilitas merupakan bukti fisik representasi dari jasa, yang biasanya berupa peralatan yang digunakan. Menurut Tjiptono (2018, 143), jasa bersifat *intangible*, karenanya konsumen seringkali mengandalkan *tangible cues* atau *physical evidence* dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya dan setelah dikonsumsi. *Physical evidence* mencakup fasilitas fisik (*servicescape*) dan elemen-elemen *tangible* lainnya, yang membantu konsumen memahami dan mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible* (*nyata*).

Fasilitas atau sarana prasarana adalah merupakan salah satu faktor pendukung tercapainya tujuan perusahaan sebagai pelayanan perusahaan jasa kepada pengguna jasa. Istilah sarana dan prasarana sebenarnya sama dengan fasilitas, yang mana dapat diartikan dengan segala sesuatu (baik berupa fisik dan uang) yang dapat melancarkan pelaksanaan suatu usaha (Arikunto, 2016:28).

Demikian juga dengan hotel Garuda Medan, sebagai salah satu hotel taraf internasional selalu meningkatkan kualitas pelayanan antara lain dengan melengkapi fasilitas hotel untuk memuaskan para konsumen. Data pengunjung Hotel Garuda Internasional Medan Periode periode Semester I tahun 2022 adalah :

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Hotel Garuda Medan
Periode Semester I Tahun 2022

| Bulan | Pengunjung | | |
|----------|-------------|-------------|-------------|
| | Asing | Lokal | Jumlah |
| Januari | 1472 | 2032 | 3504 |
| Februari | 1493 | 2043 | 3536 |
| Maret | 1517 | 2067 | 3584 |
| April | 1583 | 2143 | 3726 |
| Mei | 1612 | 2016 | 3628 |
| Juni | 1734 | 2021 | 3755 |
| Juli | 1751 | 2063 | 3814 |
| Agustus | 1763 | 2121 | 3884 |
| Rataan | 1616 | 2063 | 3679 |

Sumber : Hotel Garuda Medan, 2022

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung cenderung menurun dari bulan ke bulan sampai bulan Agustus 2022, dimana jumlah pengunjung terendah terjadi pada bulan Januari 2022 yakni sebanyak 3504 orang yang terdiri dari 1472 pengunjung asing dan 2032 pengunjung lokal. Rata-rata jumlah pengunjung adalah sebanyak 3679 orang yang terdiri dari 1616 orang pengunjung asing dan 2063 orang pengunjung lokal.

Fenomena penurunan jumlah pengunjung hotel Garuda Medan erat kaitannya dengan kelengkapan fasilitas yang tersedia. Hal ini diindikasikan oleh berbagai keluhan para konsumen yang datang berkunjung dan menginap di hotel tersebut. Untuk mengatasi masalah penurunan jumlah pengunjung tersebut. Pihak Hotel Garuda Internasional Medan juga melakukan kebijakan peningkatan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kelengkapan fasilitas yang dibutuhkan para pengunjung baik lokal maupun asing.

Untuk meningkatkan jumlah konsumen dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka PT, Hotel Garuda Internasional Medan harus meningkatkan kelengkapan fasilitas hotel agar dapat bersaing dengan perusahaan industri hotel lainnya yang ada di kota Medan.

Bertitik tolak dari latar belakang masalah penurunan jumlah pengunjung tersebut di atas, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Faktor Kelengkapan Fasilitas Dalam Mewujudkan Capaian Target Pengunjung Di Hotel Garuda Plaza Medan

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh faktor kelengkapan fasilitas terhadap capaian target pengunjung hotel Garuda Medan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian adalah untuk menganalisis kelengkapan fasilitas terhadap target capaian pengunjung, sedangkan tujuan khusus penelitian antara lain adalah untuk menganalisis dan mengetahui apakah ada pengaruh faktor kelengkapan fasilitas terhadap perkembangan capaian target pengunjung hotel Garuda Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda baik teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wacana berpikir ilmiah.
- b. Bagi peneliti lain, sebagai referensi yang dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan perbandingan dalam penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis bagi Pengelola Hotel

- a. Bagi pengelola hotel, untuk memberi saran dan masukan bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel melalui kelengkapan fasilitas hotel
- b. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi atau acuan untuk penelitian lebih lanjut

- c. Untuk menambah wawasan dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan di bidang perhotelan
- d. Memberikan informasi dan rujukan tentang peningkatan jumlah pengunjung hotel melalui kelengkapan fasilitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Industri Hotel

2.1.1. Pengertian Hotel

Kata “hotel” : mulai dipakai sejak abad ke-18 di London, Inggris, pada saat itu kata hotel berarti sebuah rumah besar yang dilengkapi dengan sarana tempat menginap/tinggal untuk penyewaan secara harian, mingguan atau bulanan. Kata “hotel” berasal dari kata Latin : “*hostel*” dan mulai dikenal di masyarakat pada tahun 1797 (Perwani, 2014:2).

Menurut peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel menyatakan bahwa “hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan menurut UU No.10 Tahun 2019 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa hotel adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.

Menurut Widanaputra (2015:16) definisi hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap.

Sedangkan menurut Ikhsan (2011:2) pengertian hotel merupakan suatu lembaga yang menyediakan para tamu untuk menginap, dimana setiap orang dapat menginap, makan, minum dan menikmati fasilitas yang lainnya dengan melakukan transaksi pembayaran. Maka dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola untuk menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa penginapan, makan, dan minuman kepada para tamu dan mampu membayar dengan harga yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima kepada para tamu.

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. Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel (Agusnawar, 2016 : 3).

Menurut Sulistyono, (2015: 11) hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menparpostel disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti: fasilitas olahraga, fasilitas laundry, dan sebagainya. Maka dari beberapa pernyataan itu dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makan, minum, dan bersifat

umum serta fasilitas lainnya yang memenuhi syarat kenyamanan dan dikelola secara komersil.

2.1.2. Jenis Hotel Berdasarkan Fungsi

Pemerintah telah menetapkan kualitas dan kuantitas hotel yang menjadi kebijaksanaan yang berupa standar jenis klasifikasi yang ditujukan serta berlaku bagi suatu hotel. Penentuan jenis hotel berdasarkan letak, fungsi, susunan organisasi dan aktifitas penghuni hotel sesuai dengan SK Menteri Perhubungan RI No.241/4/70 tanggal 15 Agustus 1970 ditetapkan sebagai berikut:

- 1). Residential Hotel, yaitu hotel yang disediakan bagi para pengunjung yang menginap dalam jangka waktu yang cukup lama. Tetapi tidak bermaksud menginap. Umumnya terletak dikota, baik pusat maupun pinggir kota dan berfungsi sebagai penginapan bagi orang-orang yang belum mendapatkan perumahan dikota tersebut.
- 2) Transietal Hotel, yaitu hotel yang diperuntukkan bagi tamu yang mengadakan perjalanan dalam waktu relative singkat. Pada umumnya jenis hotel ini terletak pada jalan jalan utama antar kota dan berfungsi sebagai terminal point. Tamu yang menginap umumnya sebentar saja, hanya sebagai persinggahan.
- 3). Resort Hotel, yaitu diperuntukkan bagi tamu yang sedang mengadakan wisata dan liburan. Hotel ini umumnya terletak didaerah rekreasi/wisata. Hotel jenis ini pada umumnya mengandalkan potensi alam berupa view yang indah untuk menarik pengunjung.

Penentuan jenis hotel yang didasarkan atas tuntutan tamu sesuai dengan keputusan Menteri Perhubungan RI No.PM10/PW.301/phb-77, dibedakan atas:

- 1). Bussiness hotel, yaitu hotel yang bertujuan untuk ,melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis
- 2). *Tourist* hotel, yaitu bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata.
- 3). Sport hotel, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau sport
- 4). Research hotel, yaitu fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset.

Sedangkan penggolongan hotel dilihat dari lokasi hotel menurut Keputusan Dirjen Pariwisata terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1). Resort hotel (pantai/gunung), yaitu hotel yang terletak didaerah wisata, baik pegunungan atau pantai. Jenis hotel ini umumnya dimanfaatkan oleh para wisatawan yang datang untuk wisata atau rekreasi.
- 2). City hotel (hotel kota), yaitu hotel yang terletak diperkotaan, umumnya dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis seperti rapat atau pertemuanpertemuan perusahaan.

Penggolongan berbagai jenis hotel serta bentuk akomodasi tersebut pada dasarnya tidak merupakan pembagian secara mutlak bagi pengunjung.

2.1.3. Klasifikasi Hotel Berbintang

Berdasarkan keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II/1988, tentang usaha dan pengelolaan hotel menjelaskan bahwa klasifikasi hotel menggunakan sistem

bintang dimana klasifikasi hotel berbintang tersebut secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Hotel bintang satu, dengan konsep sebagai berikut:

Jumlah kamar standar minimal 15 kamar dan semua kamar dilengkapi kamar mandi didalam, ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 20 m² untuk kamar double dan 18 m² untuk kamar single, ruang public luas 3 m² x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (> 30 m²) dan bar dan pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga.

2. Hotel bintang dua, dengan konsep sebagai berikut:

Jumlah kamar standar minimal 20 kamar (termasuk minimal 1 suite room, 44 m²), ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 20 m² untuk kamar double dan 18 m² untuk kamar single, ruang public luas 3 m² x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>75 m²) dan bar dan pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berhargam penukaran uang asing, postal service, dan antar jemput.

3. Hotel bintang tiga, dengan konsep sebagai berikut:

Jumlah kamar minimal 30 kamar (termasuk minimal 2 suite room, 48 m²), ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 22 m² untuk kamar single dan 26 m² untuk kamar double, ruang publik luas 3 m² x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>75 m²) dan bar dan pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput

4. Hotel bintang empat, dengan konsep sebagai berikut:

Jumlah kamar minimal 50 kamar (termasuk minimal 3 suite room, 48 m²), ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 24 m² untuk kamar single dan 28 m² untuk kamar double, Ruang public luas 3m² x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari kamar mandi, ruang makan (>100 m²) dan bar (>45m²), pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput, fasilitas penunjang berupa ruang linen (>0,5m² x jumlah kamar), ruang laundry (>40m²), dry cleaning (>20m²), dapur (>60% dari seluruh luas lantai ruang makan) dan fasilitas tambahan : pertokoan, kantor biro perjalanan, maskapai perjalanan, drugstore, salon, function room, banquet hall, serta fasilitas olahraga dan sauna.

5. Hotel bintang lima, dengan konsep sebagai berikut:

Jumlah kamar minimal 100 kamar (termasuk minimal 4 suite room, 58m²), ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 26 m² untuk kamar single dan 52 m² untuk kamar double, ruang public luas 3m² x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>135m²) dan bar (>75m²), pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput, fasilitas penunjang berupa ruang linen (>0,5m² x jumlah kamar), ruang laundry (>40m²), dry cleaning (>30m²), dapur (>60% dari seluruh luas lantai ruang makan), fasilitas tambahan: pertokoan, kantor biro perjalanan, maskapai perjalanan, drugstore, salon, function room, banquet hall, serta fasilitas olahraga dan sauna. Dengan adanya klasifikasi hotel tersebut dapat melindungi konsumen dalam

memperoleh fasilitas yang sesuai dengan keinginan. Memberikan bimbingan pada pengusaha hotel serta tercapainya mutu pelayanan yang baik

2.1.4. Karakteristik Industri Hotel

Industri hotel merupakan salah satu industri pariwisata dan juga memiliki karakteristik yang membedakan dengan industri lain antara lain:

- 1). Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta pada karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
- 2). Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
- 3). Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.
- 4). Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.
- 5). Memperlakukan pelanggan seperti raja selain, juga memperlakukan pelanggan sebagai partner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut

2.1.5. Jenis Produk dan Jasa Hotel

Menurut Agusnawar (2016 : 7) produk yang dihasilkan oleh usaha hotel dapat dibedakan menjadi dua komponen, yaitu:

1. Komponen Produk Nyata.

Komponen produk nyata adalah sesuatu yang dapat dilihat, disentuh atau diraba, diukur dan dihitung. Sebagai contoh : makanan dan minuman, kamar tidur dan perlengkapan lainnya adalah merupakan komponen-komponen produk nyata. Komponen-komponen yang merupakan produk nyata seperti lokasi hotel. Lokasi yang dibutuhkan oleh suatu pariwisata seperti hotel, adalah suatu lokasi yang strategis dan memiliki nilai-nilai ekonomis yang tinggi, yang dimaksud adalah lokasi hotel dalam hubungannya dengan pusat perbelanjaan atau bisnis.

2. Komponen Produk tidak Nyata/abstrak.

Faktor-faktor produk tidak nyata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan dan citra suatu produk yang dihasilkan oleh hotel. Komponen yang ada dalam produk tidak nyata/abstrak sebagai berikut :

- 1) Kamar tamu (*Guest Room*) dan fasilitas kamar lainnya,
- 2) Makanan dan minuman (*Food & Beverages*),
- 3) Jasa lainnya

2.2. Fasilitas Hotel

2.2.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas hotel adalah sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk kebutuhan para tamu yang menginap di hotel.

Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dengan pesaing

yang lainnya. Wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan.

Menurut Sam (2016:38) fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu. Fasilitas dapat juga diartikan sarana dan prasarana yang tersedia dilingkungan maupun didalam kantor perusahaan, dalam hal ini dimaksudkan dapat memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pengguna merasakan kenyamanan dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.

Menurut Kotler (2017:45), fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:317), fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa di tawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan elemen utama dari sebuah usaha jasa, oleh karena itu kondisi interior serta kebersihan harus dipertimbangkan oleh pihak perusahaan demi tercapainya suatu kepuasan terhadap pihak konsumen.

Menurut Sulastiyono (2016:14) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan – kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Pelanggan

memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing

Fasilitas-fasilitas pelayanan persis seperti yang ada di rumah tangga, tidak seorangpun memikirkannya selama semua fasilitas bekerja dengan baik. Tetapi bila menyimpang dari seharusnya, fasilitas-fasilitas tersebut menjadi sangat penting dan menyita perhatian. Bangunan dan fasilitas-fasilitas yang biasanya disusun secara jelek, dapat mengurangi efisiensi operasi (Handoko, 2016:11)

Fasilitas fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi. Fisik nyata tercermin dengan indikator penggunaan peralatan dan teknologi dalam operasional & Yazid 2016:37)

2.2.2. Dimensi dan Indikator Fasilitas

Menurut Wahyuningrum (2016: 4), menyatakan bahwa fasilitas adalah “segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha”. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan.

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta memberikan pelayanan pada wisatawan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Sarana prasarana juga dapat diartikan semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses

prekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa sehingga memudahkan wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya

Menurut Tjiptono (2018, 143), dimensi kelengkapan fasilitas ada 2 (dua) yakni :

1. Fasilitas fisik (*Physical evidence*)

Physical evidence mencakup fasilitas fisik (*servicescape*) dan elemen-elemen *tangible* lainnya, yang membantu konsumen memahami dan mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible* (nyata).

2. Fasilitas pelengkap

Yakni segala sesuatu baik berupa fisik maupun non fisik yang diperlukan konsumen atau nasabah untuk dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha (Arikunto, 2016:28).

Menurut Tjiptono (2016: 184), ada 5 (lima) indikator penting dari kelengkapan fasilitas yakni :

1) . Pertimbangan/Perencanaan Spasial

Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya

2). Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan , desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain

3). Perlengkapan dan Perabot

Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa. Unsur Pendukung lainnya, seperti : toilet, wifi, tempat lokasi makan dan minum dan lain sebagainya

- 4). Fasilitas pendukung yakni fasilitas pelengkap lainnya yang diperlukan oleh pengunjung hotel sesuai dengan permintaan konsumen atau pengunjung hotel.
- 5). Tata cahaya dan warna

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan.

Selain ke-5 indikator tersebut di atas, masih ada fasilitas lain berupa 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 lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.2.3. Jenis Fasilitas Hotel

Fasilitas hotel yang umum antara lain adalah

- a) Kamar-kamar tamu yang bersih dengan segala perlengkapan yang terdapat didalamnya.
- b) Restoran dengan berbagai produk makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas fisik di restoran yang dapat mendukung pelayanan penyajian makanan dan minuman.

- c) Fasilitas olahraga seperti: tennis lapangan yang berada didalam ruangan (*in-door*).
- d) Pelayanan Resepsionist 24 jam
- e) Koneksi internet gratis (Wifi)
- f) Area bebas rokok
- g) Penjemputan gratis yang disediakan oleh hotel
- h) Fasilitas hiburan, seperti : musik beserta karaoke dan yang lainnya

Pada dasarnya fasilitas yang disediakan hotel memiliki kesamaan pelayanan pokok yang diberikan yaitu penginapan, makanan dan minuman. Namun sejalan dengan perkembangan bisnis hotel, fasilitas yang ditawarkan (baik fasilitas utama maupun fasilitas khusus) terus berkembang sesuai dengan tingkat kebutuhan dan permintaan pengunjung.

2.3. Pengunjung

2.3.1. Pengertian Pengunjung

Menurut International *Union of Official Travel Organization* (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Sedangkan menurut Yoeti, 2015,:123) pengunjung adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara yang terdiri dari banyak orang dengan tujuan yang berbeda-beda.

Menurut Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB No. 870 Pasal 5 dijelaskan bahwa pengunjung adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa dengan alasan apapun selain

usaha untuk mencari pekerjaan. Dalam bahasa sehari-hari, kata pengunjung lebih akrab disebut dengan kata wisatawan (*tourist*) yang merupakan pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara tujuan dan perjalanannya dalam rangka liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga, kepentingan bisnis, keluarga, dan konferensi.

2.3.2. Jenis Pengunjung

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*excursionist*)

Pelancong adalah pengunjung yang tinggal sementara di suatu negara yang dikunjungnya dalam waktu kurang dari 24 jam

Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada hotel Garuda Medan sebagai lokasi penelitian.

2.3.3. Indikator Tingkat Kunjungan

Menurut Smith dalam Aswin (2014), beberapa indikator tingkat kunjungan adalah sebagai berikut ;

1. Maksud kunjungan

Yakni tujuan atau maksud seseorang untuk melakukan kunjungan atau perjalanan wisata.

2. Frekuensi kunjungan

Yakni banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.

3. Lama waktu kunjungan

Yakni lama waktu melakukan kunjungan yang dilakukan seseorang pada objek wisata atau hotel tertentu sedikitnya selama 24 jam.

4. Besar pengeluaran

Yakni besar atau banyaknya jumlah pengeluaran atau biaya yang ditanggung seseorang selama melakukan perjalanan wisata

2.3.4. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Hotel

Menurut Ruters (2015:47), faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan hotel antara lain adalah :

1). Lokasi dan karakteristik hotel

Lokasi hotel bisnis harus terletak di tengah-tengah pusat kegiatan bisnis (*Central Business District*) sesuai dengan karakteristik hotel bisnis. Luas site menentukan jumlah dan besarnya.

2). Tingkat kualitas (*quality level*)

Memperhatikan tingkat kualitas fasilitas-fasilitas hotel lain dan melakukan perbandingan untuk perbaikan dan peningkatan mutu fasilitas perlengkapan hotel.

3). Tuntutan dan kebutuhan pasar

Dengan menetapkan terlebih dahulu sasaran pasar yang potensial, menetapkan fasilitas dan komponennya yang fleksibel terhadap kemungkinan perubahan tuntutan pasar serta menetapkan fasilitas khusus hotel sebagai daya tarik tambahan bagi para tamu. Jumlah juga disesuaikan prediksi kebutuhan kamar beberapa tahun ke depan.

4). Kompetisi dan persaingan antar hotel

Memperhatikan kelebihan dan kekurangan usaha hotel sejenis sebagai dasar menetapkan strategi dan kemampuan untuk memenangkan kompetisi dan persaingan.

5). Rencana operasional

Menetapkan sistem kerja dan penekanan pada fasilitas public agar dapat memberikan kepuasan bagi para tamu dan menampilkan image yang diinginkan.

6). Konsep pelayanan makanan/restaurant

Memperlihatkan fasilitas yang banyak memberikan pemasukan seperti restaurant yang akan mempengaruhi fasilitas penunjangnya seperti kitchen, food storage, dan locker area.

7). Jumlah staf

Jumlah staf disesuaikan dengan jumlah tamu yang ditargetkan berkunjung ke hotel baik dalam kurun waktu per bulan, per tahun sehingga diketahui laju perkembangan tingkat kunjungan.

2.4. Review Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan perulangan dari beberapa penelitian terdahulu meskipun barangkali memiliki persamaan dan perbedaan baik dalam variabel penelitian diteliti, metode dan analisis data serta tempat dan waktu penelitian.

Tabel 2.1.
Rangkuman Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Judul Penelitian | Teknik Analisis | Hasil Penelitian |
|-----------------|--|-----------------------------------|--|
| Melya, 2020 | Analisis Faktor Kelengkapan Fasilitas Dalam Mewujudkan Capaian Target Pengunjung Hotel Roditha Banjarmasin | Analisis Regresi linier sederhana | Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kelengkapan fasilitas akan dapat mewujudkan capaian target pengunjung Hotel Roditha Banjarmasin dilihat dari signifikansi sebesar 86,8% sedangkan sisanya 13,2% variasi variabel capaian target pengunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. |
| Sandy, 2020 | Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Di Kota Jember | Analisis Regresi linier sederhana | Faktor internal, kemampuan staff, aksesibilitas, dan fasilitas kamar berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat hunian kamar hotel di Jember, (2) bahwa faktor internal, kemampuan staff, aksesibilitas, dan fasilitas kamar berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian kamar hotel di Jember, adapun pengaruh paling dominan terletak pada kemampuan staf |

| Peneliti | Judul Penelitian | Teknik Analisis | Hasil Penelitian |
|-----------------|---|-----------------------------------|---|
| Prabawani, 2016 | Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Menginap di Hotel Puri Saron | Analisis Regresi linier Berganda | Faktor faktor harga, fasilitas dan kenyamanan mempengaruhi konsumen untuk menginap di hotel |
| Arianto, 2018 | Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan dan jumlah Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa | Analisis Regresi linier sederhana | Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan jumlah pengunjung kepuasan pengunjung, sementara hasil secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan jumlah pengunjung |
| Srijani, 2018 | Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center | Analisis Regresi linier sederhana | Jadi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Aston Madiun Hotel & Conference Center sebesar 79,9% sedangkan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. |
| Kusuma, 2015 | Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan | Analisis Regresi linier berganda | Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. |
| Herlam 2015 | Pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan menginap pada Sun Hotel Pangkalpinang. | Analisis Regresi linier berganda | variabel harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menginap dengan dibuktikan uji 551,432 lebih besar dari 2,645 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai koefisien determinasi 88%. |

2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut Suwanto (2014: 98) ada beberapa macam alasan orang melakukan perjalanan atau kunjungan, yaitu : a. Mengetahui dan menikmati keindahan alam di tempat-tempat jauh. b. Mengerti dan menghayati kebudayaan-kebudayaan masyarakat lain. c. Mengembalikan kesegaran fisik. d. Beristirahat dan menjauhkan diri dari tugas dan kesibukan rutin. e. Kunjungan keluarga. f. Mengikuti konperensi, tugas tertentu, olahraga. g. Dalam rangka studi dan menambah pengalaman, dan lain-lain.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena sesuatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud bentuk fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan di buat nyaman dan menarik (Tjiptono, 2017:35)

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang memberikan kenyamanan dari pihak hotel yang disediakan untuk para tamu kemudian dimanfaatkan atau digunakan oleh pihak tamu saat menginap di hotel. Fasilitas yang disuguhkan kepada pengunjung menjadi faktor pendorong pengunjung dalam mempertimbangkan keputusan termasuk dalam melakukan kunjungan ulang.

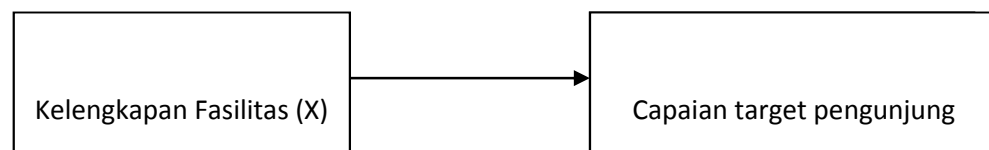
Menurut Tjiptono (2017:42) indikator fasilitas meliputi 1). Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan

kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut, 2). Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan, 3). Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah, 4). Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya. Fasilitas berpengaruh langsung terhadap loyalitas sesuai hasil penelitian oleh Afifah Audistiana (2017)

Penelitian Arianto (2018:43) membuktikan bahwa kelengkapan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sehingga terjadi peningkatan jumlah pengunjung hotel. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antar produk dan layanan, desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta didalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada.

Sulastiyono (2016:98) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel. Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel. Pada dasarnya fasilitas ini ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menginap di suatu hotel tertentu (Keputusan Menparpostel Nomor KM 37/PW.340/MPRT -86

Fasilitas-fasilitas dalam suatu hotel (Sulastiyono, 2006) dalam Ari Budi Sulistiono (2010:44) adalah kamar tidur dengan segala perlengkapannya, restoran / cafe dengan pendukungnya, fasilitas tambahan (fasilitas olahraga atau hiburan), dan lain – lain. Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menginap disuatu hotel tertentu. Menurut Mansur (2011:8) fasilitas itu sendiri mempunyai karakteristik, antara lain: fasilitas, parkir, display, AC, pembayaran dan brosur, Oleh karna itu fasilitas adalah berbagai tindakan atau hasil yang ditawarkan suatu usaha atau perusahaan kepada orang lain pada dasarnya dapat dilihat dan tidak menjadikan hak milik



Gambar 2.1.
Kerangka Konsep Penelitian

2.6. Hipotesis

Pengertian Hipotesis menurut Sugiyono (2016:96): "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan". Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori.

Hipotesis penelitian adalah :

- Ho. Tidak ada pengaruh kelengkapan fasilitas secara signifikan terhadap capaian target pengunjung hotel Garuda Medan.
- Ha. Ada pengaruh kelengkapan fasilitas secara signifikan terhadap capaian target pengunjung hotel Garuda Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Kurniawan, 2016:37). Variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah kelengkapan fasilitas (X) terhadap capaian target pengunjung (Y).

Data dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner yang diperoleh dari sumber data primer yakni karyawan Hotel Garuda Medan kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh motivasi dan pemberian insentif terhadap capaian target pengunjung Hotel Garuda Medan.

3.2. Tempat dan Waktu

Penelitian dilakukan pada Hotel Garuda Medan dan waktu penelitian dilaksanakan mulai dari Agustus - September 2022.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono,2017:42). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Hotel Garuda Medan terhitung sampai dengan bulan Agustus 2022 sebanyak 3679 orang atau ± 123 orang/hari.

3.3.2. Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

D= ketetapan Slovin (0.1)

Sehingga kalkulasi perhitungan jumlah sampel dapat dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} = \frac{3679}{3679(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3679}{37.79} = 97.35\text{----} \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Dengan demikian jumlah sampel adalah 97 orang

Pengambilan sampel sebanyak 97 orang ini dilakukan secara acak dari para tamu hotel yang sedang menginap di hotel kemudian kepada responden dibagikan kuesioner untuk mendapatkan jawaban (Sangadji dan Sopiah, 2016:23).

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1.Kuesioner

Yaitu bentuk instrument pengumpulan data berupa daftar pertanyaan tertulis terutama yang terkait dengan variabel penelitian yakni kelengkapan fasilitas dan capaian target pengunjung.

3.4.2. Dokumentasi

Yakni untuk mengumpulkan data sekunder sebagai pendukung data primer yang diperoleh dari dokumen perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jumlah personil, dan data perusahaan lainnya.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah:

- (1) Data primer yakni data yang langsung diperoleh dari responden. Sumber data primer berupa : interview, kuesioner dan observasi
- (2) Data sekunder yakni data yang mendukung data primer yang diperoleh dari dokumen seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jumlah personil dan upaya yang dilakukan untuk peningkatan capaian target pengunjung.

3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah tindakan membuat batasan-batasan yang akan digunakan dalam analisis.

3.6.1. Variabel independen (variabel bebas)

Menurut Cholid dan Abu (2016:35), “Variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi”. Menurut fungsinya

variabel ini sering disebut variabel pengaruh, sebab berfungsi mempengaruhi variabel lain, jadi secara bebas berpengaruh terhadap variabel lain. Dengan kata lain, variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel lain dan merupakan variabel penyebab perubahan dan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah kelengkapan fasilitas hotel.

3.6.2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah capaian target pengunjung.

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Skala Ukur |
|---------------------------|---|--|--|-------------------|
| Kelengkapan Fasilitas (X) | Ketersediaan fasilitas peralatan perabotan yang diperlukan para tamu hotel selama menginap di hotel sehinggamemberi kepuasan bagi para tamu hotel selama tinggal di hotel | 1. Fasilitas fisik 2. Fasilitas penunjang | 1. Perencanaan spasial, yakni perencanaan kenyamanan menggunakan fasilitas hotel 2. Perencanaan ruang, yakni perancangan ruang yang menyenangkan bagi tamu 3. Perlengkapan perabot, ketersediaan perabotan dalam ruang hotel 4. Tata cahaya dan warna, yakni penataan system cahaya dan warna ruang 5. Fasilitas penunjang, yakni penyediaan fasilitas lain yang diperlukan tamu hotel | Likert |

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Skala Ukur |
|-------------------------------|--|--|--|------------|
| Capaian target Pengunjung (Y) | Adalah target pengunjung yang dicapai Hotel Garuda Medan | 1. Wisatawan, Tamu yang berkunjung lebih dari 24 jam 2. Pelancong, tamu yang berkunjung kurang dari 24 jam. | 1. Maksud kunjungan 2. Frekuensi kunjungan 3. Lama kunjungan yakni setidaknya 24 jam 4. Besar pengeluaran | Likert |

3.7. Aspek Pengukuran

Metode pengukuran dalam penelitian ini adalah menggunakan skala Likert yang terdiri dari 5 (lima) opsi yakni sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan skor penilaian sebagai berikut :

Sangat setuju (SS), diberi skor 5

Setuju (SS), diberi skor 4

Kurang setuju (KS), diberi skor 3

Tidak setuju (TS), diberi skor 2

Sangat tidak setuju (STS), diberi skor 1

3.8. Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2017:73) :”statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean) dengan rumus sebagai berikut ;

$$\bar{X} = \frac{\sum P}{n}$$

Keterangan :

X = Nilai rata-rata (mean)

P = Jumlah total nilai yang dicapai

n = Jumlah sampel

3.8.2. Uji Keabsahan Data

1). Uji Validitas

Santoso (2016:49) menyatakan bahwa validitas adalah derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.

- (a) Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- (b) Jika r_{hasil} negatif, dan $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan kriteria persyaratan sebagai berikut :

- Jika nilai nilai t_{hitung} Cronbach's alpha > 0.6 , maka instrumen penelitian reliabel.
- Jika nilai t_{hitung} Cronbach's alpha < 0.6 , maka instrumen penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2017:67).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau mendekati normal dengan melihat *normal probability plot*. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik pada *normal P-Plot of Regression Standarized* atau dengan melihat histogram dari residualnya, selain itu juga dilengkapi dengan

uji statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Menurut (Ghozali, 2017-112) “terdapat kriteria dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* antara lain” :

- 1) Bila nilai signifikansi uji kolmogrov-smirnov bernilai dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Bila nilai signifikansi uji kolmogrov-smirnov bernilai diatas 0,05 maka data berdistribusi normal”.

2). Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam Matondang (2021, 90), uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan korelasi kuat antar variable independent. Hal ini berarti uji multikolinieritas hanya dilakukan untuk regresi linier berganda, bukan untuk regresi linier sederhana. Dengan demikian, penelitian ini tidak melakukan uji multikolinieritas karena hanya 1 variabel independent yakni kelengkapan fasilitas.

3). Uji Heterokedastisitas

Ghozali dalam Matondang (2021, 90) mengatakan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi kuat antar variable independent. Hal ini berarti uji hetero-kedastisitas hanya dilakukan untuk regresi linier berganda. Dengan demikian, dalam penelitian ini uji heterokedastisitas tidak dapat dilakukan

4). Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas X memiliki hubungan linier dengan variabel terikat dengan ketentuan :

- Jika sig-p deviation from linierity > 0.05 , berarti ada hubungan linier
- Jika sig-p deviation from linierity < 0.05 , berarti tidak ada hubungan linier.

3.8.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan regresi linier sederhana meliputi :1). Regresi linier sederhana,2). Uji t secara parsial dan 3). Uji determinasi R^2

1). Persamaan Regresi

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = Capaian target pengunjung

a = konstanta

β = Koefisien variabel

X = Variabel Kelengkapan fasilitas

2) Uji t Partial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel terikat :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{ry^2 - 1/1 - 2\sqrt{n-1-k}}{\sqrt{1-r^2}y^2 - 1/y^2 - 2}$$

Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut ;

Ho berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, Ha diterima atau Ho ditolak

Ha berarti $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, Ha ditolak atau Ho diterima

3). Koefisien Determinasi R^2

Uji determinasi R^2 digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas s terhadap variabel terikat dengan ketentuan:

- (a) Jika hasil yang diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1 atau lebih dari 1, maka semakin kuat pula kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat
- (b) Jika R^2 mendekati 0 (semakin kecil dari R^2), maka semakin lemah pula kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat