

## Pengaruh fasilitas, lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan wisatawan menginap di alaya resort ubud hotel

Ni Luh Putu Yuliani <sup>1)</sup>, IB Ketut Astina <sup>2)</sup>, I Gusti Ngurah Widyatmaja <sup>3)</sup>

Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana Jalan

Dr. Goris No 7, Denpasar, Telp/Fax : (0361) 223798

Email : putuyuli30@gmail.com <sup>1)</sup>

### Abstrak

Pesatnya perkembangan pariwisata di Bali, membuat kunjungan wisatawan ke Bali semakin bertambah hal ini berdampak pada destinasi wisata, restoran, maupun hotel yang ada di Bali. Salah satunya yaitu Alaya Resort Ubud. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan menginap di Alaya Resort Ubud. Data dalam penelitian ini didapat melalui observasi, studi kepustakaan, dokumentasi dan kuisioner. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, dan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji dari teknik analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini maka diperoleh hasil bahwa fasilitas berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud melalui uji T-test yang mana diperoleh nilai T-hitung dalam penelitian ini sebesar 2,877 lebih besar dari nilai T-tabel yaitu 1,660 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ , variabel lokasi memperoleh nilai T-hitung dalam penelitian ini sebesar 4,295 lebih besar dari nilai T-tabel yaitu 1,660 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ , variabel ketiga yaitu variabel harga memperoleh nilai T-hitung dalam penelitian ini sebesar 3,523 lebih besar dari nilai T-tabel yaitu 1,660 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ , sedangkan variabel keempat yaitu variabel promosi memperoleh nilai T-hitung dalam penelitian ini sebesar 3,991 lebih besar dari nilai T-tabel yaitu 1,660 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ . Terakhir berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai Fhitung sebesar 125,109 lebih besar dari nilai Ftabel 3,90 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh secara simultan variabel fasilitas, lokasi, harga, dan terhadap minat beli wisatawan di Alaya Resort Ubud

**Kata Kunci :** Fasilitas, Lokasi, Harga, Promosi, Keputusan Wisatawan Menginap.

### Abstract

As one of the icons of Indonesian tourism, Bali greatly influence tourism visits to Bali, this has a huge impact on the Ubud Resort. The purpose of this study was to determine the influence of the largest foreign exchange earners from the tourism destinations, restaurants, and hotel in Bali. One of them is facilities, location, price, and promotion of the decision to stay at Alaya Resort Ubud. The data in this study were obtained through observation, literature study, citation, and questionnaire. The informant determination technique, and the sampling technique from the population is done using Slovin formula. The number of samples used in 100 respondents. The data analysis technique of this study uses regression analysis techniques. Based on the result of the quantitative analysis technique used in this study, the result of the facilities obtained simultaneously and partially influence the decision of tourists to stay at Alaya Resort Ubud through a T-test which obtained T-count values in this study amounting to 2,877 greater than T-table is 1,660 with a significant level of 0,000 0,005 which means that partially the location influences the decision of tourist to stay at Alaya Resort Ubud, third, namely the price variable obtains T-count value in the study of 3,523 greater and T-table value is 1,660 with a significant level of 0,000 0,005 prices have the highest effect at traveler's decision to stay at Alaya Resort Ubud. The fourth variable is the promotion variable obtaining a T-count value in this elite of 3,991 greater than the value of the T-table which is 1,660 with significant level of 0,000 0,005 which means that the promotion partially influences the tourists decision at Alaya Resort Ubud. Finally, based on the results of the analysis carried out, the F-count value of 125,109 is greater than the F-table value of 0,000 0,005, there is a simultaneous influence of facilities, location, price and tourists buying interest at Alaya Resort Ubud.

**Key Word :** Facilities, Location, Price, Promotion, Traveler's Decision to Stay at Alaya Resort Ubud.

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi penting di Indonesia. Pulau Bali sebagai salah satu ikon pariwisata Indonesia merupakan penyumbang devisa terbesar dari sektor pariwisata. Pesona tempat wisata di Bali telah terkenal di dunia Internasional. Mulai dari wisata budaya, wisata kuliner, wisata berbelanja, hingga destinasi wisatanya. Kepopuleran Bali sebagai daerah tujuan wisata dunia dimulai sejak zaman penjajahan Belanda. ). Bali hingga saat ini banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Tingkat kunjungan wisatawan ke Bali kecenderungan mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pada tahun 2016 , jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang datang ke Bali merupakan jumlah kunjungan terbanyak yaitu mencapai 13.571.617 orang dengan komposisi wisatawan nusantara berjumlah 8.643.080 orang dan wisatawan mancanegara 4.927.937 orang. Hal tersebut juga dibuktikan dengan diraihnya predikat tujuan wisata terbaik dari situs perjalanan *Trip Advisor* di tahun 2017. Namun, sempat terjadi penurunan ditahun 2014.

Adanya peningkatan kunjungan wisatawan ke Bali juga tercermin dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke beberapa daerah tujuan wisata di Bali, salah satunya adalah Ubud. Daerah wisata Ubud memiliki banyak objek wisata yang terkenal, diantaranya *Monkey Forest*, Puri Ubud, Museum Blanco, Museum Neka dan beberapa museum lainnya. Disamping itu juga terdapat wisata alam seperti *rafting* dan *tracking*. Banyaknya destinasi pariwisata yang ada di Ubud dengan keunikan dan ciri khasnya masing – masing menyebabkan semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung ke Ubud untuk menikmati fasilitas wisata yang disediakan.

Semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Ubud akan memberi dampak terhadap jasa akomodasi perhotelan. Salah satu hotel yang berada di Ubud adalah Alaya Resort Ubud tepatnya berada di Jl. Hanoman dekat dengan salah satu objek wisata yang digemari oleh banyak wisatawan yaitu Objek Wisata *Monkey Forest*. Alaya Resort Ubud merupakan hotel berbintang lima yang berdiri di bawah naungan AIM ( *Alaya International Management*) dimana AIM memiliki empat hotel diantaranya yaitu, Alaya Kuta, Villa De Daun, Alaya Resort Ubud, dan Alaya Jembawan. Alaya Resort Ubud merupakan hotel yang baru berdiri pada tanggal 5 Januari 2013.

Walaupun secara umum jumlah wisatawan yang menginap mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun demi terjaminnya kelangsungan usaha Alaya Resort Ubud harus tetap berinovasi agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan trend positif tersebut. Mengingat tingginya tingkat persaingan dengan usaha – usaha sejenis yang sangat banyak terdapat di daerah Ubud baik hotel – hotel berbintang, *villa*, serta *home stay*. Hal tersebut bukan tidak mungkin akan menjadi ancaman yang dapat menyebabkan turunnya jumlah wisatawan yang menginap di Alaya Resort Ubud.

Untuk menjaga kelangsungan hidup suatu usaha maka perlu diperhatikan beberapa faktor-faktor penting sebagai acuan keberlangsungan suatu usaha. Dilihat dari hasil data-data yang telah di jabarkan, bahwa fasilitas, lokasi, harga dan promosi merupakan indikator- indikator paling penting yang mempengaruhi penilaian oleh wisatawan. Jika melihat posisi dari Alaya Resort Ubud maka penulis bermaksud mengadakan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut “Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Menginap di Alaya Resort Ubud ” agar dapat dijadikan acuan oleh pihak manajemen dalam usaha menaikkan posisi daya saing dan reputasi hotel.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif yang didukung pula dengan data kualitatif. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan

jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *accidental sampling* menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif.

### 3. PEMBAHASAN

Alaya Resort Ubud resmi di buka pada tanggal 15 januari 2013. Berlokasi di jalan raya Hanoman Ubud Gianyar. Alaya Resort Ubud merupakan salah satu hotel berbintang 5 yang ada di Ubud dan memiliki standard dan kualitas yang sangat baik. Hotel Alaya Resort Ubud berada di bawah naungan AIM ( Alaya International Managemen). AIM memiliki 4 hotel yang terdiri dari Hotel Alaya Resort Ubud, Hotel Alaya Resort Kuta, Villa De Daun dan Alaya Resort Jembawan. Hotel Alaya Resort Ubud berdiri dengan 4 lantai yang lantai ke 4 di sebut dengan lantai 5 karena menurut angka 5 disebut sebagai angka yang baik. Alaya Resort Ubud memiliki 105 kamar yang semua kamar *non smoking room*, Alaya Resort Ubud dirancang secara khusus oleh Ground Kents Architects, sebuah perusahaan ternama yang merupakan perancang resort – resort dengan ciri khas unik di seluruh dunia. Hotel ini dirancang untuk menjadi sebuah hotel yang bercirikan Style Bali yang modern.

#### 1. Fasilitas Kamar Alaya Resort Ubud

Tipe kamar yang dimiliki Alaya Resort Ubud adalah 35 Deluxe Room, dengan total 23 kamar untuk double dan 2 kamar untuk twin. 65 Alaya Room, dengan total 59 kamar untuk double dan 6 kamar untuk Twin, serta 5 Alaya Suite. Fasilitas yang ada pada setiap kamar antara lain : Air-Conditioner, Fan Ceiling (indoor and outdoor), Coffee and Tea making facilities ,Mini Bar, Laundry Service, Safety Deposit Box Cable TV (international & local channels) , IDD Telephon, Slippers & Kimonos, Hair Dryer, Iron (on request), Turn Down Service, dan Signature customised stone bathtub in Alaya Room and Alaya Suite.

#### 2. Restaurant dan Bar

Hotel Alaya Resort Ubud juga menyediakan beberapa fasilitas untuk keperluan tamu diantaranya memiliki 2 Restaurant yaitu PETANI Restaurant dan MANISAN Restaurant. Selain itu Alaya juga memiliki sebuah Lobby yang terletak disebelah restaurant.

#### 3. Fasilitas penunjang lain

##### 1. Kolam renang dan taman

Kolam renang dikelilingi dengan bebatuan alami.

##### 2. Paviliun Pernikahan

Sebuah paviliun pernikahan budaya terkait dalam bentuk joglo kecil diakses melalui jalan panjang yang tergantung di atas sawah produktif.

##### 3. Ruang Kebugaran/ Gym

##### 4. Bamboo Pool Bar

Berdasarkan struktur organisasi yang dimiliki oleh Alaya Resort Ubud, hotel ini dipimpin oleh seorang *General Manager* yang membawahi beberapa departemen dan dibantu oleh seorang *General Manager Secretary*. Berdasarkan semua *department* yang terdapat di Alaya Resort Ubud, masing – masing *department* tersebut dikepalai oleh seorang *Department Manager* yaitu seorang *Chief Accountant*, *Chief Engineering*, *Front Office Manager*, *Food & Beverage Manager*, *Housekeeping Manager*, *Marketing Manager* yang mana pada setiap *department* tersebut dibantu oleh seorang *secretary* serta membawahi *chief* maupun *supervisor* yang juga bertugas untuk mengkoordinir para staf pada masing- masing *department* terkait.

Karakteristik Responden Menurut asal responden paling dominan berasal dari Australia yaitu sebanyak 43 orang (43%), Cina sebanyak 27 orang (27%), Indonesia sebanyak 15 orang (15%), Thailand sebanyak 11 orang (11%) dan Amerika sebanyak 4 orang (4%). Berdasarkan jenis kelamin laki-laki lebih dominan yaitu sebanyak 57 orang (57%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang (43%). Karakteristik responden berdasarkan sumber informasi lebih dominan bersumber dari teman yaitu sebanyak 48 orang (48%), internet sebanyak 23 orang (23%), agen sebanyak 15 orang (15%) dan website sebanyak 14 orang (14%).

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap persepsi responden tentang fasilitas Alaya Resort Ubud rata – rata penilaian untuk fasilitas adalah dengan nilai 3,89 dengan kategori setuju. Adapun fasilitas yang termasuk dalam kategori setuju dengan nilai 4,00 yaitu, seperti terdapat pajangan lukisan, tersedia *laundry service*, tersedia *safety deposit box* *cabel tv*, terdapat fasilitas makan dan minum, terdapat kolam renang, tersedia internet hotspot area. Disisi lain juga terdapat penilaian wisatawan dengan nilai dibawah 4,00 yaitu fasilitas seperti air panas dan dingin pada *bath room*, tersedia *air conditioner* dengan nilai 3,82 dikarenakan *hot water* terkadang tidak bisa digunakan, tersedia mini bar termasuk dengan nilai 3,90 dikarenakan sewaktu – waktu mini bar bisa saja tidak terisi penuh karena ketersediaan stok mini bar di store habis, begitu juga dengan ruang kebugaran (*gym*). Ketersediaan papan informasi juga termasuk mendapatkan nilai 3,80 karena papan tulisan yang mulai memudar sehingga wisatawan tidak dapat membacanya dengan jelas, dan yang terakhir adalah petunjuk arah dengan nilai 3,80 dikarenakan petunjuk tersebut kurang spesifik dan tidak jarang wisatawan menanyakan lagi letak tempat atau fasilitas yang ingin mereka kunjungi di dalam hotel.

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap persepsi responden tentang lokasi Alaya Resort Ubud diperoleh rata – rata nilai pada setiap indikator sebesar 3,95. terdapat penilaian paling rendah pada indikator lalu lintas lancar dengan nilai 3,80 dikarenakan situasi jalan di area ubud sering terjadi kemacetan, sedangkan indikator yang lainnya mendapatkan nilai 4,00.

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap persepsi responden tentang harga Alaya Resort Ubud diperoleh penilaian termasuk dalam kategori setuju dengan rata – rata nilai 3,97 yang termasuk kedalam kategori setuju.

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap persepsi responden tentang promosi Alaya Resort Ubud diperoleh penilaian termasuk dalam kategori setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,00. Nilai tertinggi terdapat pada dua indikator dengan nilai 4,10. Sedangkan nilai yang paling kecil terdapat pada indikator menginap karena adanya promo yang menarik, dikarenakan hotel tidak terlalu sering mengadakan promo.

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap persepsi responden tentang keputusan wisatawan menginap Alaya Resort Ubud diperoleh penilaian termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,00. Nilai tertinggi terdapat pada tiga indikator yaitu, mencari suasana baru, rekomendasi dari teman, dan dekat dengan objek wisata dengan nilai rata – rata 4,20, sedangkan indikator memiliki waktu luang, mengunjungi keluarga atau teman, dan merekomendasikan kepada teman memperoleh nilai rata – rata 4,00.

Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau tidak. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji normalitas yaitu menggunakan teknik *Kolmogrov Smirnov* yaitu dengan membandingkan *Kolmogrov Smirnov* hitung dengan *Kolmogrov Smirnov* tabel. Berdasarkan hasil uji normalitas melalui teknik *Kolmogrov Smirnov* terlihat dari nilai *Kolmogrov Smirnov* hitung sebesar 2.00 sedangkan nilai dari *Kolmogrov Smirnov* tabel yaitu sebesar 0.05. berdasarkan hasil

tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal serta memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas Ghozali (2013:105). Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel- variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan *VIF*. Hasil pengujian multikolinearitas ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolienaritas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Fasilitas	0,294	3,406
2	Lokasi	0,321	3,116
3	Harga	0,458	2,183
4	Promosi	0,328	3,047

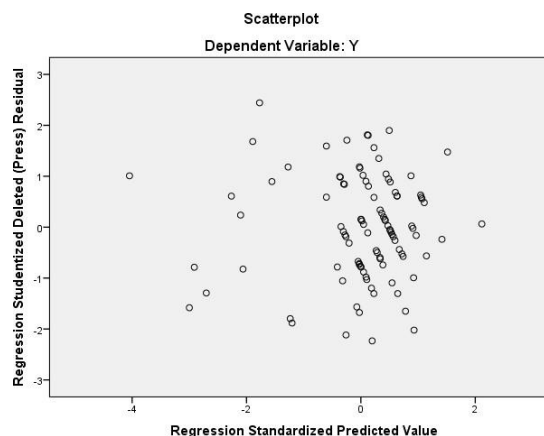
Sumber : Lampiran Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian Heteroskedastisitas



Dapat dijelaskan bahwa titik-titik yang tampak pada gambar menyebar pada titik nol baik sumbu X maupun sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Korelasi

Menurut Wirawan (2002: 283), analisis korelasi digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antar variabel tetap. Untuk menentukan nilai determinasi dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai r pada tabel Model Summary dari hasil output SPSS 18.0. Hasil pengujian korelasi antar variabel ditunjukkan pada Tabel 2

Tabel 2 Hasil Analisis Korelasi Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 <sup>a</sup>	,840	,834	1,07345

- a. Predictors: (Constant), Promosi , Fasilitas, Lokasi, Harga
- b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

Hasil analisis korelasi pada Tabel 7 diperoleh nilai R sebesar 0,840 hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat tinggi antara variabel fasilitas, lokasi, harga dan promosi dengan keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud. Arah korelasi yang terbentuk adalah positif dimana peningkatan pada variabel bebas secara bersama-sama dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk menginap di Alaya Resort Ubud.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : Fasilitas (X1) Lokasi (X2) dan Harga (X3), dan promosi (X4) terhadap variabel tetap yaitu Keputusan Wisatawan Menginap (Y). Hasil pengujian regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 3. Analisis Regresi Berganda Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.301	.565		4.071	.000
X1	.014	.020	.124	.684	.496
X2	-.047	.037	-.222	-1.283	.203
X3	.009	.044	.031	.211	.833
X4	-.040	.032	-.213	-1.244	.217

- a. Dependent Variable: Abs

Berdasarkan Tabel 8 dapat ditulis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 2,322 + 0,104 X1 + 0,283 X2 + 0,280 X3 + 0,230 X4 + e$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 2,322, artinya apabila variabel fasilitas, lokasi, harga dan promosi tidak mengalami perubahan, maka keputusan wisatawan untuk menginap di Alaya Resort Ubud sebesar 2,322. Koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,104 artinya penggunaan fasilitas yang semakin baik pada Alaya Resort Ubud dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk menginap pada Alaya Resort Ubud. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,283 artinya lokasi yang semakin baik dan strategis pada Alaya Resort Ubud

dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk menginap pada Alaya Resort Ubud. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,280 artinya harga yang semakin kompetitif dan sesuai dengan pelayanan pada Alaya Resort Ubud dapat meningkatkan keputusan wisatwan untuk menginap pada Alaya Resort Ubud. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,230 artinya promosi yang semakin gencar dilakukan oleh manajemen hotel dapat meningkatkan keputusan wisatwan untuk menginap pada Alaya Resort Ubud.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel bebas. Penggunaan R square adalah bisa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel bebas kedalam model, maka R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel bebas kedalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai *adjusted R square* untuk mengevaluasi model regresi terbaik Ghozali (2013:97). Hasil pengujian determinasi ditunjukkan pada Tabel 4

**Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi**

**Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 <sup>a</sup>	,840	,834	1,07345

a. Predictors: (Constant), Promosi , Fasilitas, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh nilai adjusted R Square sebesar 0,834 atau 83,4%, artinya kontribusi variabel fasilitas, lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan wisatawan untuk menginap pada Alaya Resort Ubud sebesar 83,4% sedangkan sisanya sebesar 16,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

**Uji Goodness of Fit (Uji f dan Uji t)**

**Uji t (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel bebas secara parsial atau individual mempengaruhi variabel tetap Ghozali (2001:129).

**Tabel 5. Uji t-Test**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	2.301	.565		4.071	.000
X1	.014	.020	.124	.684	.496
X2	-.047	.037	-.222	-1.283	.203
X3	.009	.044	.031	.211	.833
X4	-.040	.032	-.213	-1.244	.217

a. Dependent Variable: Abs

- a) Pengaruh fasilitas terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud  
 Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 2,877 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel fasilitas terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud.
- b) Pengaruh lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud  
 Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 4,295 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud.
- c) Pengaruh harga terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud  
 Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 3,523 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel harga terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud.
- d) Pengaruh promosi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud  
 Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 3,991 dengan nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel promosi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Alaya Resort Ubud.

#### Uji f (Uji Simultan)

Uji f bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel tetap Ghozali (2013: 96). Pertama dengan menggunakan hipotesis pertama untuk kasus pengujian f-test yaitu jika  $H_1 : b_1 - b_3 > 0$  artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fasilitas (X1), Lokasi (X2), Harga (X3), dan Promosi (X4) secara simultan terhadap variabel tetap yaitu Keputusan Menginap (Y). Namun jika hasilnya  $H_1 : b_1 - b_3 = 0$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fasilitas (X1), Lokasi (X2), Harga (X3), dan promosi (X4) secara simultan terhadap variabel yaitu Keputusan Menginap (Y). Hasil pengujian secara simultan ditunjukkan pada Tabel 6



Tabel 6.

**Hasil Pengujian Secara Simultan Dengan Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576,643	4	144,161	125,109	,000 <sup>b</sup>
	Residual	109,467	95	1,152		
	Total	686,110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Lokasi, Harga  
 Sumber : Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan Tabel 11 dari hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 125,109 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel fasilitas, lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud.

**Variabel Dominan**

Variabel dominan yang dimaksud disini adalah salah satu dari ketiga variabel bebas yang berpengaruh paling besar terhadap variabel tetap. Salah satu cara untuk menentukan mana variabel dominan diregresi adalah dengan menggunakan metode estimasi pemilihan model terbaik, Ferdifadly (2013). Hal ini dikarenakan dengan menggunakan salah satu metode estimasi pemilihan model terbaik, secara otomatis variabel tersebut akan diurutkan berdasarkan mana variabel yang paling dominan pada kolom *Standardized Coefficients Beta*.

Tabel 7

**Hasil Pengujian Variabel yang Berpengaruh Dominan**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.322	1.015		2.287	.024
Fasilitas	.104	.036	.218	2.877	.005
Lokasi	.283	.066	.311	4.295	.000
Harga	.280	.080	.213	3.523	.001
Promosi	.230	.058	.285	3.991	.000

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan wisatawan menginap di Alayah Resort Ubud adalah lokasi dengan *standardized coefficient beta* sebesar 0,311, kemudian diikuti oleh variabel promosi sebesar 0,285, variabel fasilitas sebesar 0,218 dan variabel harga sebesar 0,213.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh yang signifikan secara parsial variabel fasilitas terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel harga terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel promosi terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud dengan tingkat signifikan sebesar  $0,015 < 0,05$ . Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 125,109 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel fasilitas, lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud.
2. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan wisatawan menginap di Alayah Resort Ubud adalah lokasi dengan *standardized coeficient beta* sebesar 0,311, kemudian diikuti oleh variabel promosi sebesar 0,285, variabel fasilitas sebesar 0,218 dan variabel harga sebesar 0,213.

### SARAN

Berdasarkan simpulan penelitian disampaikan saran-saran yang dapat menjadi pertimbangan manajemen Alaya Resort Ubud sebagai berikut :

1. Diharapkan manajemen agar menyediakan fasilitas dengan kapasitas yang memadai bagi kebutuhan tamu sehingga mampu menarik minat wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud
2. Diharapkan agar pengelola desa ubud memperhatikan lalu lintas agar tidak sering terjadi kemacetan sehingga memudahkan wisatawan melakukan perjalanan wisata ke Ubud
3. Diharapkan agar pihak manajemen menyediakan peralatan yang lebih bagus agar sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh tamu.
4. Diharapkan pihak manajemen agar mengadakan promosi yang lebih menarik lagi sehingga dapat menarik minat wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud.
5. Diharapkan pihak hotel agar memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada tamu, sehingga mereka yang menginap bisa merekomendasikan Alaya Resort Ubud sebagai tempat menginap yang bagus kepada teman – temannya.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

Asdhiana. 2017. Bali Dinobatkan Sebagai Destinasi Wisata Terbaik di Dunia. Tersedia pada <http://www.google.co.id/amp.kompas.com.travel/read//2017/04/14/200540027/bali.di.nobatkan.sebagai.wisata.terbaik.di.dunia> (diakses tanggal 2 Mei 2017).

Heizer , J dan Render, B. 2006. *Manjemen Operasi (Edisi 7)*. Salemba empat, Jakarta. Kiswanto, Anjar Hari. 2011. *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks

Kotler, dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata*. Yogyakarta : Kajian.

Noor Juliansyah. 2012. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta : Prenamedia Group.

- Peristanto, Yanuar. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Pada Hotel Bintang Mulia Jember*. Jurnal. Jember : Universitas Jember
- Raharjani, Jeni. 2005. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pengaruh Unique Selling Proposition terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen Restoran Bebek Garang Cabang Braga dan Bebek Van Java Cabang Lombok Kota Bandung )*. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. Volume 2 Nomor 1 Januari hal 1-15.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Jakarta. Penerbit Prenadamedia Group.
- Sulistiono, Budi Ari. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang)*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management*. Edisi 2. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Twisata.2015. Objek Wisata Pulau Dewata Bali Tempat Wisata Indonesia Yang Mendunia. Tersedia pada <https://www.twisata.com/objek-wisata-pulau-dewata-bali-tempat-wisata-indonesia-yang-mendunia/> (diakses pada 2 mei 2017)
- Ubaydillah, Ryan Fahmi. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Wisatawan Menginap Di Hotel Inna Grand Bali Beach Sanur Resort & SPA*. Skripsi. Denpasar : Universitas Udayana.