**FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN TAMU**

**DALAM MENGINAP DI HOTEL BHINNEKA SURABAYA**

**Ramansyah Hidayat**

D-3 Kepariwisataan Universitas 45 Surabaya

email : ramansyah.hidayat@yahoo.com

(Submit : 20 Juni 2019, Revised : 30 Juni 2019, Accepted : 1 Juli 2019)

**Abstract** Hotel competition in the city of Surabaya shows that the hospitality industry in Surabaya continues to increase. This condition makes the company must understand the wishes and needs of guests, by improving the quality of the factors contained in a hotel so that it can attract guests to stay in a hotel. This research was conducted using factor analysis and aims to find out what factors influence the interest of guests to stay at the Bhinneka Surabaya hotel. In addition, the magnitude of the influence of a factor by looking at the value of factor loadings can also be known. The objectives expected from this study are sources of information that management can use if there are similar studies. The results of the study showed that of the 18 original variables, 5 factors were formed which influenced guests in staying at the Bhinneka Surabaya hotel. Factor 1 consists of pramugraha hospitality variables with an influence level of 88.5%, guest equipment with an influence level of 79.8%, and room equipment with a level of influence of 77.8%. Factor 2 affects the consideration of the second largest guest. Factor 2 consists of hotel location variables close to the workplace with an influence level of 76.7%, hotel security with an influence level of 74.6%, extensive hotel parking yard with influence level of 69.1%, hotel location near shopping center with an influence level of 65.7%, and the location of the hotel is easily accessible with an influence level of 63.6%. Factor 3 affects the consideration of the third largest guest. Factor 3 consists of room rate suitability variables with an influence level of 88.6%, receptionist hospitality with an influence level of 87.0%, cleanliness of rooms with an influence level of 72.0%, ease of access in and out of hotels with an influence level of 50, 5%, and the registration process is fast with an influence level of 82.9%. Factor 4 affects the consideration of the fourth largest guest. Factor 4 consists of a variable registration process with a level of influence of 82.9%, the appearance of Pramugraha with a degree of influence of 73.6%, appearance of the receptionist with a level of influence of 73.0%, and handling of complaint rooms with an influence level of 64.9 %. Factor 5 affects the consideration of the fifth largest guest. Factor 5 consists of interior room variables with an influence level of 72.3%, and room types with an influence level of 68.9%.

*Keywords : Factor Analysis, KMO, MSA, Hospitality*

**I. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi di ibukota Surabaya terus meningkat. Pembangunan infrastruktur ikut mendorong laju pertumbuhan kota. Program-program dari pemerintah kota Surabaya dalam menjual kota Surabaya baik sebagai kota bisnis maupun kota pariwisata terus menerus dilakukan dengan tujuan untuk menjadikan Surabaya sebagai kota konvensi. Hal ini menimbulkan dampak positif bagi industri perhotelan karena selain mendukung terwujudnya Surabaya sebagai kota konvensi, tetapi juga turut meningkatkan okupansi hotel.

Dengan kondisi persaingan hotel yang semakin tinggi, setiap hotel saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga hotel akan memiliki lebih banyak tamu. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh hotel, bahwa semakin banyak tamu maka hotel akan semakin sulit mengenali tamunya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya tamu terhadap pelayanan atau fasilitas yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Hotel yang mampu bersaing dalam pasar adalah hotel yang dapat menyediakan pelayanan atau fasilitas yang berkualitas. Sehingga hotel dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu hotel, akan menciptakan kepuasan bagi para tamunya. Setelah tamu merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, tamu akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan hotel yang lain. Apabila tamu merasa benar-benar puas, mereka akan menginap ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di hotel yang sama.

Hotel Bhinneka Surabaya merupakan salah satu hotel non bintang di Surabaya yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara komersial. Pada garis besarnya, hotel harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan tamu, termasuk memahami perilaku tamu dan hal-hal yang menjadi pertimbangan tamu dalam memilih Hotel Bhinneka Surabaya sebagai tempat menginap.

Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan tamu dalam memilih Hotel Bhinneka Surabaya.

**II. TINJAUAN PUSTAKA**

**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

“Menurut Nazir (2005:126), Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.”

Adapun definisi operasional dari variabel- variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tipe kamar (X1)

Tipe-tipe kamar yang disediakan oleh hotel

1. Perlengkapan kamar (X2)

Perlengkapan didalam kamar yang boleh digunakan tamu saat menginap, contoh : TV, meja, kursi, lemari, telepon,handuk dll.

1. Perlengkapan tamu (X3)

Perlengkapan didalam kamar yang boleh dihabiskan tamu saat menginap, contoh : sabun, sampo, pasta gigi, tissue, dll.

1. Kebersihan kamar (X4)

Kamar selalu dalam keadaan bersih.

1. Interior kamar (X5)

Dekorasi yang menarik dan tata letak perlengkapan kamar yang baik.

1. Kesesuaian tarif kamar (X6)

Tarif kamar sesuai dengan kualitas kamar.

1. Keramahan pramugraha (*roomboy/ roommaid*) (X7)

Sikap pramugraha yang ramah dan santun dalam melayani kebutuhan dan keinginan tamu yang berkaitan dengan kamar.

1. Penampilan pramugraha (*roomboy/ roommaid*) (X8)

Penampilan pramugraha yang bersih dan rapi

1. Penanganan keluhan kamar (X9)

Cepat tanggap dalam menangani keluhan tamu seputar kamar.

1. Keramahan resepsionis (X10)

Sikap resepsionis yang ramah dan santun dalam melayani tamu pada saat registrasi, check-out, dan hal lain yang berkaitan dengan kantor depan.

1. Penampilan resepsionis (X11)

Penampilan resepsionis yang bersih dan rapi

1. Proses administrasi cepat (X12)

Proses registrasi dan check-out yang cepat.

1. Lokasi hotel mudah dijangkau (X13)

Hotel berada di lokasi yang mudah untuk dituju dari berbagai arah perjalanan.

1. Lokasi hotel dekat tempat kerja (X14)

Hotel berada di lokasi yang dekat dengan tempat kerja tamu.

1. Lokasi hotel dekat tempat perbelanjaan (X15)

Hotel berada di lokasi yang dekat dengan tempat perbelanjaan.

1. Kemudahan akses keluar masuk hotel (X16)

Akses keluar masuk hotel yang mudah.

1. Halaman parkir yang luas (X17)

Hotel memiliki halaman parkir yang luas.

1. Keamanan hotel (X18)

Penjagaan hotel baik pada saat masuk maupun keluar dilakukan secara ketat.

**III. METODE PENELITIAN**

Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya antara lain :

1. Tipe kamar (X1)
2. Perlengkapan kamar (X2)
3. Perlengkapan tamu (X3)
4. Kebersihan kamar (X4)
5. Interior kamar (X5)
6. Kesesuaian tarif kamar (X6)
7. Keramahan pramugraha (*roomboy/ roommaid*) (X7)
8. Penampilan pramugraha (*roomboy/ roommaid*) (X8)
9. Penanganan keluhan kamar (X9)
10. Keramahan resepsionis (X10)
11. Penampilan resepsionis (X11)
12. Proses registrasi cepat (X12)
13. Lokasi hotel mudah dijangkau (X13)
14. Lokasi hotel dekat tempat kerja (X14)
15. Lokasi hotel dekat pusat perbelanjaan (X15)
16. Kemudahan akses keluar masuk hotel (X16)
17. Halaman parkir hotel yang luas (X17)
18. Keamanan hotel (X18)

**IV. PEMBAHASAN**

**DAN HASIL PENELITIAN**

Hasil analisis faktor berhasil mereduksi 18 variabel menjadi 5 faktor utama yang mempengaruhi keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya.

**Tabel Hasil Analisis Faktor**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Komponen** | **Nilai Eigen** | **Nilai Variansi (%)** | **Variasi Kumulatif (%)** | **Variabel Pembentuk** | **Faktor**  **Loadings** |
| Faktor 1 | 5.027 | 27.928 | 27.928 | keramahan pramugraha (X7) | 0,885 |
|  |  |  |  | perlengkapan tamu (X3) | 0,798 |
|  |  |  |  | perlengkapan kamar (X2) | 0,778 |
| Faktor 2 | 3.497 | 19.429 | 47.357 | lokasi hotel dekat dengan tempat kerja (X14) | 0,767 |
|  |  |  |  | keamanan hotel (X18) | 0,746 |
|  |  |  |  | halaman parkir hotel yang luas (X17) | 0,691 |
|  |  |  |  | lokasi hotel dekat pusat perbelanjaan (X15) | 0,657 |
|  |  |  |  | lokasi hotel mudah dijangkau (X13) | 0,636 |
| Faktor 3 | 1.743 | 9.681 | 57.038 | kesesuaian tarif kamar (X6) | 0,886 |
|  |  |  |  | keramahan resepsionis (X10) | 0,870 |
|  |  |  |  | kebersihan kamar (X4) | 0,720 |
|  |  |  |  | kemudahan akses keluar masuk hotel (X16) | 0,505 |
| Faktor 4 | 1.327 | 7.370 | 64.409 | proses registrasi cepat (X12) | 0,829 |
|  |  |  |  | penampilan pramugraha (X8) | 0,736 |
|  |  |  |  | penampilan resepsionis (X11) | 0,730 |
|  |  |  |  | penanganan keluhan kamar (X9) | 0,649 |
| Faktor 5 | 1.102 | 6.124 | 70.533 | interior kamar (X5) | 0,723 |
|  |  |  |  | tipe kamar (X1) | 0,689 |

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 12

Keterangan Tabel :

1. Faktor 1 secara berurutan dari faktor loadings terbesar yang terdiri dari variabel keramahan pramugraha (X7), perlengkapan tamu (X3), perlengkapan kamar (X2). Nilai eigen dari hasil rotasi faktor ini adalah 5,027 dan prosentasi variansi yang dapat diterangkan adalah sebesar 30,693%. Bila dikaitkan dengan keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya, variabel yang paling penting dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya adalah keramahan pramugraha (X7) dengan loadings sebesar 0,885, perlengkapan tamu (X3) dengan loadings sebesar 0,798, dan perlengkapan kamar (X2) dengan loadings sebesar 0,778.
2. Faktor 2 secara berurutan dari faktor loadings terbesar yang terdapat dari variabel lokasi hotel dekat dengan tempat kerja (X14), keamanan hotel (X18), halaman parkir hotel yang luas (X17), lokasi hotel dekat pusat perbelanjaan (X15), dan lokasi hotel mudah dijangkau (X13). Nilai Eigen dari hasil rotasi faktor ini adalah 3,497 dan prosentase variansi yang dapat diterangkan adalah sebesar 19,429%. Bila dikaitkan dengan keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya, variabel yang paling penting dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya adalah variabel lokasi hotel dekat dengan tempat kerja (X14) dengan loadings sebesar 0,767, keamanan hotel (X18) dengan loadings sebesar 0,746, halaman parkir hotel yang luas (X17) dengan loadings sebesar 0,691, lokasi hotel dekat pusat perbelanjaan (X15) dengan loadings sebesar 0,657, dan lokasi hotel mudah dijangkau (X13) dengan loadings sebesar 0,636.
3. Faktor 3 secara berurutan dari faktor loadings terbesar yang terdiri dari variabel kesesuaian tarif kamar (X6), keramahan resepsionis (X10), kebersihan kamar (X4), kemudahan akses keluar masuk hotel (16). Nilai Eigen dari hasil rotasi faktor ini adalah 1,743 dan prosentasi variansi yang dapat diterangkan adalah sebesar 9,681%. Bila dikaitkan dengan keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya, variabel yang paling penting dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya adalah variabel kesesuaian tarif kamar (X6) dengan loadings sebesar 0,886, keramahan resepsionis (X10) dengan loadings sebesar 0,870, kebersihan kamar (X4) dengan loadings sebesar 0,720, dan kemudahan akses keluar masuk hotel (16) dengan loadings sebesar 0,505.
4. Faktor 4 secara berurutan dari faktor loadings terbesar yang terdiri dari variabel proses registrasi cepat (X12), penampilan pramugraha (X8), penampilan resepsionis (X11), dan penanganan keluhan kamar (X9). Nilai Eigen dari hasil rotasi faktor ini adalah 1,327 dan prosentasi variansi yang dapat diterangkan adalah sebesar 7,370%. Bila dikaitkan dengan keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya, variabel yang paling penting dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya adalah variabel proses registrasi cepat (X12) dengan loadings sebesar 0,829, penampilan pramugraha (X8) dengan loadings sebesar 0,736, penampilan resepsionis (X11) dengan loadings sebesar 0,730, dan penanganan keluhan kamar (X9) dengan loadings sebesar 0,649.
5. Faktor 5 secara berurutan dari faktor loadings terbesar yang terdiri dari variabel interior kamar (X5) dan tipe kamar (X1). Nilai Eigen dari hasil rotasi faktor ini adalah 1,102 dan prosentasi variasi yang dapat diterangkan adalah sebesar 6,124%. Bila dikaitkan dengan keputusan tamu dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya, variabel yang paling penting dalam menginap di Hotel Bhinneka Surabaya adalah variabel interior kamar (X5) dengan loadings sebesar 0,723, dan tipe kamar (X1) dengan loadings sebesar 0,689.

The existing theories about management and organization make the correlation more emphasized and they affect the business sphere to enhance organizational perfomance (Zuhroh, Diana, et al, 2019:7).

**V. KESIMPULAN**

1. Faktor 1 mempengaruhi pertimbangan tamu paling besar, dengan nilai eigenvalues paling besar. Faktor 1 terdiri dari variabel keramahan pramugraha dengan tingkat pengaruh sebesar 88,5 %, perlengkapan tamu dengan tingkat pengaruh sebesar 79,8%, dan perlengkapan kamar dengan tingkat pengaruh sebesar 77,8%.
2. Faktor 2 mempengaruhi pertimbangan tamu terbesar kedua. Faktor 2 terdiri dari variabel lokasi hotel dekat dengan tempat kerja dengan tingkat pengaruh sebesar 76,7%, keamanan hotel dengan tingkat pengaruh sebesar 74,6%, halaman parkir hotel yang luas dengan tingkat pengaruh sebesar 69,1%, lokasi hotel dekat pusat perbelanjaan dengan tingkat pengaruh sebesar 65,7%, dan lokasi hotel mudah dijangkau dengan tingkat pengaruh sebesar 63,6%.
3. Faktor 3 mempengaruhi pertimbangan tamu terbesar ketiga. Faktor 3 terdiri dari variabel kesesuaian tarif kamar dengan tingkat pengaruh sebesar 88,6 %, keramahan resepsionis dengan tingkat pengaruh sebesar 87,0%, kebersihan kamar dengan tingkat pengaruh sebesar 72,0%, kemudahan akses keluar masuk hotel dengan tingkat pengaruh sebesar 50,5%, dan proses registrasi cepat dengan tingkat pengaruh sebesar 82,9%.
4. Faktor 4 mempengaruhi pertimbangan tamu terbesar keempat. Faktor 4 terdiri dari variabel proses registrasi cepat dengan tingkat pengaruh sebesar 82,9%, penampilan pramugraha dengan tingkat pengaruh sebesar 73,6%, penampilan resepsionis dengan tingkat pengaruh sebesar 73,0%, dan penanganan keluhan kamar dengan tingkat pengaruh sebesar 64,9%.
5. Faktor 5 mempengaruhi pertimbangan tamu terbesar kelima. Faktor 5 terdiri dari variabel interior kamar dengan tingkat pengaruh sebesar 72,3%, dan tipe kamar dengan tingkat pengaruh 68,9%.

**VI. DAFTAR PUSTAKA**

[1] Agus Sulastiyono,2006, Manajemen Penyelenggaraan Hotel, Bandung : Alfabeta

[2] Amirullah, 2002, Perilaku Konsumen, Jakarta : Permata Insani.

[3] Azwar, Saifudin, 2003, Reliabilitas Dan Validitas, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

[4] Bagyono, 2006, Hotel Front Office, Bandung : Alfabeta.

[5] Bartono dan Ruffino, 2007, *Hotel Communication Management*, Yogyakarta : Andi.

[6] Ghozali, Imam, 2001, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang : Undip

[7] Hasan Iqbal, 2002, Pokok-Pokok Materi Statistik 2, Jakarta : Bumi Aksara

[8] Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga

[9] Mangkunegara, Prabu Anwar, 2005, Perilaku Konsumen*,* Bandung : Refika Aditama.

[10] Nazir, Moh, 2005, Metode Penelitian, Bogor : Ghalia Indonesia.

[11] Oka Yoeti, 2003, Manajemen Pemasaran Hotel, Jakarta : Perca

[12] Riduwan, 2004, Metode dan Teknik Menyusun Tesis, Bandung : Alfabeta.

[13] Sugiyono, 2006, Statistika Untuk Penelitian, Bandung : Alfabeta.

[14] Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis,* Edisi 4, Buku 1, Jakarta : Salemba Empat.

[15] Umar, Husein, 2007, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

[16] Zuhroh, Diana, et al, 2019. The Effect of Business Sphere on Competitive Advantage and Business Performance of SMEs, Journal Management Science Letters, 9 (2019) pp : 1-8.