

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam)

Jemmy Lim

Universitas Internasional Batam

email@email.com

Robby Kurniawan

Universitas Internasional Batam

email@email.com

Abstrak

Industri pariwisata bisa dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas terhadap keputusan pemilihan. Populasi penelitian ini adalah tamu hotel yang menginap di Hotel Nagoya Hill Batam yang berjumlah 2.940 orang. Sampel terdiri dari 352 responden, yang diambil dengan metode accidental sampling. Analisis data menggunakan regresi berganda dan uji hipotesis serta menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$, variabel kepercayaan dengan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$, variabel fasilitas dengan perolehan angka signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas dengan hasil uji f yang signifikansi $0.000 < 0.05$, maka secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan.

Kata Kunci

Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Fasilitas, Keputusan Pemilihan

I. PENDAHULUAN

Kesulitan ekonomi yang disebabkan oleh penurunan ekspor nonmigas, peningkatan impor dan pembangunan ekonomi yang tidak merata akan menciptakan lapangan kerja baru bagi industri pariwisata untuk memberikan lebih banyak peluang ekonomi, sarana melestarikan dan mempromosikan daerah. karena kami dapat menyediakan. Pertumbuhan ekonomi.

Kota Batam berdiri sebuah hotel berkelas yaitu Nagoya Hill, Hotel Nagoya Hill menjadi sebuah tujuan bagi para wisatawan untuk menginap. Hotel Nagoya Hill menerima wisatawan local maupun asing. Dengan adanya wisatawan yang menginap pada Hotel Nagoya Hill akan membuat naiknya pendapatan sekaligus menjadi pendukung dalam mewujudkan kota Batam menjadi kota pariwisata yang terbaik bagi wisatawan. Hal yang menjadi alasan memilih Hotel Nagoya Hill adalah karena berada dipusat Kota Batam, kemudian Hotel Nagoya Hill menawarkan berbagai fasilitas bagi tamu hotel dan juga terdapat restaurant & bar serta pusat kebugaran.

Hotel adalah sebuah obyek bidang pariwisata, maka dari itu manajemen harus melaksanakan kerjasama dengan pendukung lainnya sehingga para tamu dapat mengenalinya. Adanya strategi tersebut akan membuat bisnis jasa perhotelan dapat

meningkat dan menjadi pilihan utama bagi para konsumen dalam memilih tempat mereka menginap serta beristirahat dengan tenang dan nyaman. Di Kota Batam ini bisnis perhotelan telah menjadi industri yang pertumbuhannya terus mengalami perkembangan seiring dengan berubahnya fokus kepulauan riau dari industri manufaktur menjadi industri pariwisata. Masing-masing hotel memiliki cara tersendiri dalam menggerakkan roda bisnisnya, yaitu dengan cara memperhatikan kualitas pelayanannya terhadap tamu, kepercayaan yang dibangun dan fasilitas yang memadai pada setiap ruang kamar yang dipesan oleh tamu.

Bisnis perlu terus memantau perubahan perilaku konsumen, mengantisipasi perubahan perilaku ini, dan menggunakannya sebagai penelitian untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang berhubungan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang atau jasa dan melibatkan proses pengambilan keputusan dalam penyusunan dan pengambilan keputusan kegiatan tersebut. Khususnya di Nagoya Hill Hotel Batam, bisa berdampak banyak bagi perkembangan organisasi.

Hotel menawarkan layanan terbaik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dan memastikan bahwa tamu puas dengan layanan yang mereka berikan. Dalam persaingan bisnis saat ini, layanan sangat penting untuk mengembangkan strategi pembeda ketika perusahaan menjual produk yang sama. Pelayanan yang baik menghemat makanan yang buruk. Tidak ada jaminan alih-alih hidangan utama yang lezat, dan Anda dapat menghemat layanan yang buruk. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan adalah aspek yang sangat penting yang perlu dipertimbangkan oleh Perusahaan oleh Perusahaan. Kualitas layanan yang diberikan akan menyadari bahwa kepuasan pelanggan direalisasikan secara tidak langsung.

Tamu lokal selama 3 tahun mengalami peningkatan tamu yang menginap dan namun belum mampu menyentuh angka 2000 orang. Tamu asing mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Hal ini tentunya bisa mengakibatkan peningkatan pendapatan bagi Hotel Nagoya Hill Batam dari tamu lokal dan berkurangnya pendapatan dari tamu asing. Maka atas dasar data dapat diketahui bahwa keputusan pemilihan hotel belum terlalu tumbuh secara signifikan dan bahkan mengalami penurunan tamu asing yang disebabkan oleh adanya pembatasan warga asing masuk ke Indonesia khususnya Kota Batam. Sikap sopan dan ramah dari Nagoya Hill Hotel Service merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diharapkan konsumen. Karena kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kekuatan kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pemilihan hotel adalah faktor kepercayaan. Kepuasan yang tercipta menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Kepercayaan adalah kondisi di mana satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran percaya pada kredibilitas dan integritas pihak lain. Produk yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen, namun pelayanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Akibatnya, konsumen kehilangan kepercayaan terhadap produknya, motivasinya berkurang, dan ruang pemasarannya ditaklukkan oleh pesaing. Hotel Nagoya Hill Batam masih terdapat adanya perilaku yang kurang baik dari resepsionis kepada tamu hotel, terlebih kepada tamu asing yang mana karyawan tersebut tidak bisa berkomunikasi secara fasih dengan bahasa mereka. Masih adanya sikap membedakan tamu hotel dalam melayani dan yang sangat kontras sekali yang berbeda budaya dengan karyawan yang melayani tamu tersebut. Hal ini tentunya bisa berdampak buruk bagi kelangsungan hotel Nagoya Hill Batam.

Semakin banyak fasilitas yang ditawarkan hotel, pelanggan akan semakin senang dengan tingkat harga yang hampir sama, dan berdasarkan persepsi mereka terhadap fasilitas yang tersedia, mereka akan terus memilih perusahaan sebagai pilihan utama mereka. Fasilitas pada Hotel Nagoya Hill Batam ini sangat cocok untuk aktivitas untuk para tamu lokal maupun asing, misal adanya tempat beribadah sesuai masing-masing keyakinan, mulai dari kamar-kamar yang nyaman, penjemputan gratis dari bandara Hang Nadim Batam, layanan laundry, dan lahan parkir yang luas. Tak cuma itu, hotel Nagoya Hill Batam ini juga akan memberikan komisi untuk yang mengantarkan pengunjung ke hotel, Hotel juga dilengkapi free wifi, pemesanan kendaraan seperti taxi.

Namun dilapangan peneliti menemukan belum adanya layanan khusus untuk bagi yang beragama mayoritas, seperti layanan sahur diluar bulan ramadhan, belum adanya program rohani pada masing-masing agama, dan belum adanya bodyguard khusus bagi tamu yang VVIP serta tidak memiliki tempat penyimpanan barang dan dokumen penting. Tentunya dari permasalahan ini berarti bahwa masih terdapat fasilitas lainnya yang belum terlengkapi, dan apabila fasilitas semakin dikembangkan maka akan membuat adanya lonjakan tamu hotel karena tamu mantap dalam menentukan pilihannya.

II. LANDASAN TEORI

1. Keputusan Pemilihan

Keputusan pemilihan adalah sebuah sikap dalam prosesnya terdapat pengamatan sehingga konsumen dapat menentukan sebuah keputusan memilih atau tidaknya atas penawaran yang diperoleh (Vibiola, 2020). Keputusan pemilihan adalah gaya dan perilaku seseorang atas penawaran yang diterima dari pengamatannya sehingga menstimulus hasratnya untuk memutuskan dalam memilih barang dan jasa (Pasaribu, 2019). Keputusan pembelian yaitu keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian produk atau jasa (Ramadhan et al., 2021). Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Widyawati & Faeni, 2021). Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang keandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan (Kusumarini, 2021). Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Putri et al., 2021). Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah suatu permulaan dari kepuasan pelanggan dan juga hasil dari kepuasan pelanggan, baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini mempengaruhi intensitas kunjungan yang lebih kuat sehingga peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pelanggan (Kasinem, 2021). Kualitas layanan

merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen (Juliana et al., 2021). Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.

3. Kepercayaan

Kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan kehandalan dan integritas pihak yang lain (Kasinem, 2021). Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka terhadap tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggungjawab (Widodo, 2021).

Kepercayaan adalah sebuah kemauan untuk percaya pada mitra pertukaran yang memiliki konfidensi (Prabowo, 2021). Kepercayaan konsumen adalah persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan (Minarto et al., 2021).

4. Fasilitas

Fasilitas merupakan suatu wujud sisi fisik yang ditonjolkan dalam model pengelolaan (Juliana et al., 2021). Fasilitas adalah perlengkapan fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk dapat digunakan oleh konsumen dalam melakukan aktivitasnya (Nur & Fadili, 2021). Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri (Dedy & Alfandi, 2022).

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung (Purnomo et al., 2021).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Kajian merupakan suatu bentuk sentral guna menyelidiki dan mencari solusi tentang masalah sosial, maupun aktifitas akademik. Sedangkan penelitian adalah hasil dari suatu bentuk dan proses dengan tujuan untuk mendapatkan atau memperoleh informasi yang kuat dan benar (Kusumarini, 2021).

Adapun rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan bersifat menguji hipotesis (hypothesis testing) yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antara setiap variabel yang akan diuji. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data-data dalam bentuk angka atau numerik (Kasinem, 2021).

Objek penelitian adalah suatu atribut yang dilengkapi dengan sejumlah data yang mempunyai karakteristik dan variasi yang ditentukan oleh peneliti agar mudah untuk dikumpulkan (Prabowo, 2021). Pengunjung atau yang pernah menginap di Hotel Nagoya Hill Batam menjadi obyeknya. Target populasi didefinisikan sebagai suatu populasi yang spesifik dan relevan dengan tujuan atau masalah disebuah penelitian (Nur & Fadili, 2021). Target dari populasinya ialah tamu Hotel Nagoya Hill Batam yang menginap ialah 2940 tamu. penulis menggunakan *accidental sampling*, ialah penarikan sampel yang tiba-tiba tanpa melalui sebuah fase waktu. engolahan data, penulis

menggunakan perangkat lunak atau *software IBM SPSS Statistic 25* agar penulis memperoleh jawaban dari pengujian yang bersifat regresi

IV. HASIL PENELITIAN

Statistik deskriptif dimanfaatkan untuk mengetahui dan memberikan sejumlah informasi terkait nilai rendah, tinggi, rata-rata, dan suatu nilai standar deviasi. Analisis statistik deskriptif ini memanfaatkan aplikasi IBM SPSS Statistic 25 dengan hasil uji statistik deskriptif dibawah ini.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	352	19	29	24,00	2,292
Kepercayaan	352	15	26	20,50	2,152
Fasilitas	352	14	26	20,00	2,199
Keputusan Pemilihan	352	16	26	21,00	2,101
Valid N (listwise)	352				

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari Tabel 1 diatas dijelaskan bahwa terdapat sebanyak 352 responden (N) pada setiap variabel. Dari 352 sampel untuk variabel kualitas pelayanan, memperoleh nilai minimal sebesar 19, dengan 29 sebagai nilai maksimal. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 24,00. Diartikan penyebaran nilai pada variabel merata, atau penyimpangan data yang terjadi rendah. Untuk variabel kepercayaan, terdapat sebanyak 352 responden (N) yang memperoleh nilai minimal sebesar 15, dengan 26 sebagai nilai maksimal. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 20,50. Diartikan penyebaran nilai pada variabel merata, atau penyimpangan data yang terjadi rendah. Untuk variabel Fasilitas, terdapat sebanyak 352 responden (N) yang memperoleh nilai minimal sebesar 14, dengan 26 sebagai nilai maksimal. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 20,00. Diartikan penyebaran nilai pada variabel merata, atau penyimpangan data yang terjadi rendah. Untuk variabel kepuasan, terdapat sebanyak 352 responden (N) yang memperoleh nilai minimal sebesar 16, dengan 26 sebagai nilai maksimal. Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 21,00. Diartikan penyebaran nilai pada variabel merata, atau penyimpangan data yang terjadi rendah.

Pengujian validitas butir pernyataan pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KPL1	.605	.215	Memenuhi
	KPL2	.533	.215	Memenuhi
	KPL3	.327	.215	Memenuhi
	KPL4	.517	.215	Memenuhi
	KPL5	.578	.215	Memenuhi

	KPL6		.494	.215	Memenuhi
Kepercayaan	KN1		.757	.215	Memenuhi
	KN2		.394	.215	Memenuhi
	KN3		.554	.215	Memenuhi
	KN4		.764	.215	Memenuhi
	KN5		.663	.215	Memenuhi
Fasilitas	FS1		.583	.215	Memenuhi
	FS2		.535	.215	Memenuhi
	FS3		.292	.215	Memenuhi
	FS4		.428	.215	Memenuhi
	FS5		.604	.215	Memenuhi
Keputusan Pemilihan	KPM1		.600	.215	Memenuhi
	KPM2		.722	.215	Memenuhi
	KPM3		.586	.215	Memenuhi
	KPM4		.549	.215	Memenuhi
	KPM5		.690	.215	Memenuhi

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, untuk variabel Kualitas Pelayanan yang diwakili oleh 6 pernyataan kuesioner memiliki nilai signifikan $p < 0,05$, dengan nilai r hitung $> r$ tabel (0,215), serta variabel kepercayaan, fasilitas dan keputusan pemilihan yang masing-masing diwakili oleh 5 pernyataan kuesioner memiliki nilai signifikan $p < 0,05$ dengan nilai r hitung $> r$ tabel (0,215). Artinya, 21 pernyataan yang mewakili sebanyak 4 variabel memiliki nilai signifikan $p < 0,05$ dan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga dinyatakan valid.

Guna pengujian kualitas data perlu juga dilakukan uji reliabilitas data, maka dilakukan uji reliabilitas.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

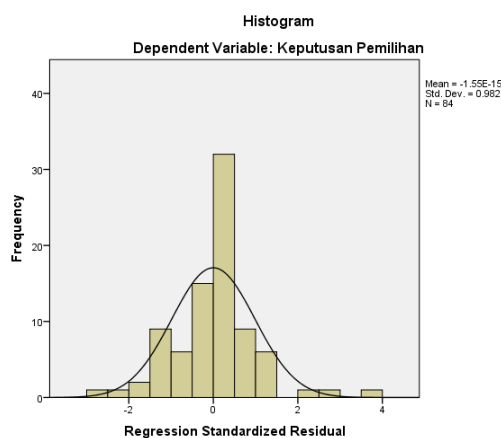
Variabel	Item	CA	Kualifikasi
Kualitas Pelayanan	X1	0.913	Reliabel
Kepercayaan	X2	0.923	Reliabel

Fasilitas	X3	0.882	Reliabel
Keputusan Pemilihan	Y	0.922	Reliabel

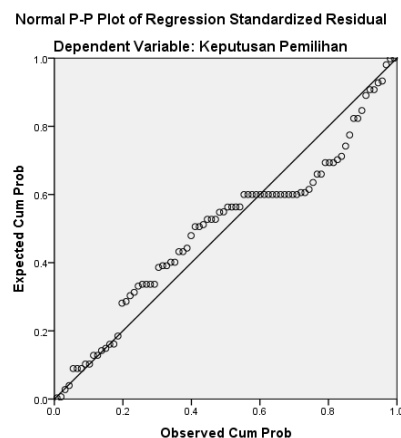
Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3 diatas, seluruh variabel bernilai $> 0,6$, yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar 0,913, kepercayaan sebesar 0,923, Fasilitas sebesar 0,882, dan keputusan pemilihan sebesar 0,922. Artinya, keempat variabel dilanjutkan pengujian berikutnya.

Tahap selanjutnya dilakukan pengolahan asumsi klasik sebagai analisis prasayarat data sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Histogram



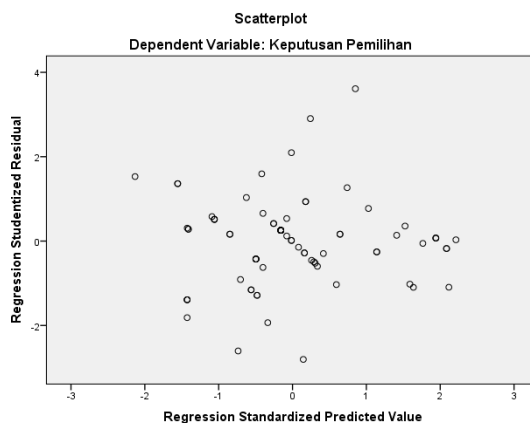
Gambar 2. Grafik Normalitas *P-P Plot*

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	.616	1.624	Tanpa Gejala

Kepercayaan	.481	2.080	Tanpa Gejala
Fasilitas	.624	1.603	Tanpa Gejala

Sumber: Data primer diolah (2022)



Gambar 3. Grafik *Partial Regression Plot*

Hasil pengolahan untuk analisis prasyarat asumsi klasik terlihat bahwa data normal dan tidak adanya gejala multikolinearitas maupun heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji F

M	F	Sig	Keterangan
Regression	75,252	,000 ^b	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 5, terdapat F hitung $75.252 > 2.72$ F tabel dan signifikansi $0.000 < 0.05$, artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan (X_1), variabel kepercayaan (X_2) dan variabel fasilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan (Y), artinya kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas dapat menjelaskan keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam.

Tabel 6. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	11,47	3,996		2,87	0,000	
Kualitas pelayanan	0.709	0,095	0,547	7,505	0,000	H ₁ Signifikan Positif
Kepercayaan	0,194	0,088	0,181	2.195	0,000	H ₂ Signifikan Positif
Fasilitas	0,323	0,081	0,289	3,985	0,000	H ₃ Signifikan Positif

Sumber: Data primer diolah (2022)

1. Nilai signifikansinya kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan adalah $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh X_1 terhadap Y atau H_1 **diterima**.
2. Nilai signifikan untuk variabel kepercayaan terhadap keputusan pemilihan adalah $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh X_2 terhadap Y atau H_2 **diterima**.
3. Nilai signifikan untuk variabel fasilitas terhadap keputusan pemilihan adalah $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh X_3 terhadap Y atau H_3 **diterima**.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted	Estimate
1	,859 ^a	0,738	0,729	2,43974

Sumber: Data primer diolah (2022)

Presentase kualitas pelayanan, kepercayaan, fasilitas sebesar 73.8% sisanya 26.2% tidak diketahui variabelnya.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Hasil ini diperoleh karena tamu hotel memperoleh pelayanan yang prima dari pihak hotel, pelayanan yang diberikan membuat para tamu merasakan kenyamanan dan adanya sikap yang konsisten dari pihak hotel dalam melayani tamu yang menginap, sehingga hal ini memberikan pengaruh pada keputusan pemilihan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Juliana et al., 2021).

Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Hasil ini diperoleh karena tamu menaruh rasa percaya bahwa Hotel Nagoya Hill mampu memberikan apa yang menjadi keinginan para tamu yang menginap dan mampu menyelesaikan beragam keluhan dari para tamu pada saat menginap, sehingga hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pemilihan hotel. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Minarto et al., 2021).

Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Hasil ini diperoleh karena para tamu dapat menggunakan berbagai fasilitas yang ada pada Hotel Nagoya Hill Batam, fasilitas yang disediakan telah sesuai dengan standar perhotelan dan digunakan, sehingga hal ini dapat memberikan pengaruh kepada keputusan pemilihan hotel. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dedy & Alfandi, 2022).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Kualitas pelayanan, kepercayaan, fasilitas berpengaruh simultan terhadap keputusan pemilihan Hotel Nagoya Hill Batam. Terdapat beberapa keterbatasan atau hambatan yang penulis rasakan pada saat melaksanakan proses penelitian ini. Pertama, penyebaran kuesioner yang dilakukan pada masa pandemi covid-19 cukup sulit karena sampel terkesan bersikap acuh. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada responden tamu yang

pernah menginap di Nagoya Hill Hotel, sehingga tidak dapat menjawab keseluruhan jawaban dari yang bukan menginap. Terakhir, masih terdapat beberapa variabel yang layak untuk diteliti namun tidak dilakukan oleh sebab adanya batasan dalam segi waktu.

Tamu yang menginap di Hotel Nagoya Hill Batam merasakan kenyamanan dalam pelayanan yang diberikan, diharapkan Hotel Nagoya Hill dapat mempertahankan kualitas layanan yang prima kepada tamu hotel dan diharapkan Hotel Nagoya Hill Batam harus memastikan ruangan selalu berada dalam kondisi yang tenang agar para tamu memperoleh kenyamanan. Kepercayaan konsumen dibangun oleh adanya sikap perhatian akan layanan yang prima dari Hotel Nagoya Hill Batam, berkenaan dengan hal tersebut maka diharapkan Hotel Nagoya Hill Batam selalu memastikan bahwa setiap detail pelayanan dapat terlaksana dengan baik dan diharapkan adanya ketepatan waktu dan kesesuaian dari keseluruhan janji kepada konsumen.

Keamanan pada fasilitas Hotel Nagoya Hill Batam membuat para tamu merasakan nyaman, oleh sebab itu maka diharapkan untuk selalu memastikan keamanan seluruh fasilitas terjamin aman dan diharapkan tidak ada satupun fasilitas yang tidak dapat digunakan oleh tamu hotel. Tamu hotel selalu memilih menginap disaat masa liburan, untuk itu diharapkan Hotel Nagoya Hill Batam dapat memastikan bahwa pada jadwal liburan diberikan sebuah penawaran hebat untuk para tamu agar para tamu tidak perlu berpikir panjang untuk memikirkan dimana harus menginap pada saat liburan tiba.

DAFTAR PUSTAKA

- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SARI ATER HOT SPRINGS RESORT CIATER. *Jurnal Sain Manajemen*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v4i1.678>
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JUDICIOUS*, 2(1), 1–10. DOI: [10.37010/jdc.v2i1.197](https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1.197)
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. DOI: [10.35449/jemasi.v17i1.224](https://doi.org/10.35449/jemasi.v17i1.224)
- Kusumarini, I. (2021). Kualitas Pelayanan Staf Front Office Hotel Di Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 10(2), 103–114. DOI: [10.52352/jbh.v10i2.470](https://doi.org/10.52352/jbh.v10i2.470)
- Minarto, A. H., Felita, E., & Thio, S. (2021). KEPERCAYAAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMESANAN HOTEL DI TRAVELOKA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 1–9. DOI: [10.9744/jmp.7.1.1-9](https://doi.org/10.9744/jmp.7.1.1-9)
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38–50.
- Pasaribu, Y. S. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Hotel Bintang Lima Terbaik Di Kota Medan Menggunakan Metode Promethee. *Pelita Informatika: Informasi Dan Informatika*, 7(3), 395–403.
- Prabowo, H. (2021). KEPERCAYAAN DAN FASILITAS DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL GRASIA SEMARANG. *Jurnal Ilmu*

- Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(1), 62–70.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/30150>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. DOI: [10.37932/j.e.v11i1.167](https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167)
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1). DOI: [10.52353/ama.v14i1.206](https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206)
- Ramadhan, P. S., Zahara, S., & Halim, J. (2021). Analisis Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Hotel Grandhika Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(2), 85–93. DOI: [10.53513/jis.v19i2.2619](https://doi.org/10.53513/jis.v19i2.2619)
- Vibiola, V. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Hotel Di Kota Pontianak Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Digital Intelligence*, 1(1), 1–10. DOI: [10.29406/diligent.v1i1.2329](https://doi.org/10.29406/diligent.v1i1.2329)
- Widodo, A. D. (2021). *Analisis Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Keterikatan Pelanggan Melalui Mediasi Komitmen Afektif dan Kepercayaan Pelanggan Hotel Aston Inn Batu di Era New Normal*. STIE Perbanas Surabaya.
- Widyawati, S., & Faeni, R. P. (2021). Pengaruh Marketing Online, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 15–19. DOI: [10.55208/aj.v1i2.25](https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25)