

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingkat pertumbuhan hotel di Mataram yang tinggi yang tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah wisatawan yang seimbang. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi jumlah pengunjung yang menginap di hotel. Penyediaan layanan perhotelan harus menyiapkan strategi terbaik untuk menarik konsumen, karena dengan munculnya hotel-hotel baru maka konsumen memiliki banyak pilihan. Sehingga masalah dalam penelitian ini adalah “faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menginap di Hotel Fave Mataram”. Yang secara khusus di fokuskan pada kualitas layanan dengan 5 variabel yaitu tangible, reliability, responseveness, assurance, dan emphaty. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mempelajari pengaruh 5 variabel tersebut dalam mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Fave Mataram.

Setelah melakukan kajian literatur dan penyusunan hipotesis data yang dikumpulkan melalui kuesioner pada 85 tamu Hotel Fave Mataram yang diperoleh menggunakan metode purpose sampling. Kemudian dilakukan analisis data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini mencakup: uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi:

$$Y = -1,781 + 0,292X_1 + 0,359X_2 + 0,390X_3 + 0,317X_4 + 0,394X_5$$

Dimana variabel keputusan menginap (Y), tangible (X1), reliability (X2), responseveness (X3), assurance (X4), dan emphaty (X5) diuji menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa kelima variabel independen secara signifikan mempengaruhi keputusan menginap sebagai variabel dependen. Kemudian melalui uji f menunjukkan bahwa variabel tangible, reliability, responseveness, assurance, dan emphaty yang tepat untuk menguji variabel keputusan menginap. Angka *Adjusted R square* sebesar 0,648 menunjukkan bahwa 64,8% variabel keputusan menginap dapat dijelaskan melalui kelima variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 35,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar kelima variabel yang digunakan dalam penelitian.

**Kata Kunci :** pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

## ABSTRACT

This research is based on the high growth rate of hotels in Mataram which is not matched by the increasing number of balanced tourists. This of course will affect the number of visitors staying at the hotel. The provision of hospitality services should prepare the best strategy to attract consumers, because with the emergence of new hotels then consumers have many choices. So the problem in this research is "what factors influence one's decision to stay at Hotel Fave Mataram". Which is specifically focused on the quality services with 5 variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The purpose of this study is to be able to study the influence of these 5 variables in influencing the decision to stay at Hotel Fave Mataram.

After conducting literature review and hypothesis preparation of data collected through questionnaires at 85 guests Hotel Fave Mataram obtained using the method of purposive sampling. Then the data analysis is obtained by using multiple linear regression analysis. This analysis includes: validity and reliability test, classical assumption includes normality test, multicollinearity test. Heteroscedasticity test, hypothesis testers through t test and f test, and coefficient of determination analysis ( $R^2$ ). From the analysis obtained regression analysis:

$$Y = -1,781 + 0,292X_1 + 0,359X_2 + 0,390X_3 + 0,317X_4 + 0,394X_5$$

Where the decision variable of stay (Y), tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) are tested using t test which shows that the five independent variables significantly influence the decision of stay as variable Dependent. Then through the f test shows that the appropriate tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy variables to the variable decision of the stay. The Adjusted R square number of 0,648 indicates that 64,8% of the stay decision variables can be explained through the five independent variables in the regression equation. While the remaining 35,2% is explained by other variables outside the five variables used in the study.

Keyword: Influence of service quality to stay decision.