

Pustaka_JCA_Fahri+dkk.docx

by Pustaka Pubisher

Submission date: 13-Jul-2025 07:29AM (UTC-0400)

Submission ID: 2714075234

File name: Pustaka_JCA_Fahri_dkk.docx (378.42K)

Word count: 4272

Character count: 27396

Pengaruh Harga, *Online Customer Review* dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Di PT. Karya Cipta Pesona

M Fahri Abdillah

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Dendaka Putra Irfanto

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Eriene Dheanda Absharina

Institute Teknologi Dan Sains Nahdatul Ulama Sriwijaya Sumatra Selatan

Alamat: Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No.Km.3, RW.05, Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126

Korespondensi penulis: fahriabdillah950@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the influence of Price, Online Customer Reviews, and Facilities on the Occupancy Rate at PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). The research adopts a descriptive quantitative approach. The unit of analysis is PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan), while the observation unit consists of its hotel guests. The total population comprises 61,565 guests, and the sample size of 100 respondents was determined using the Slovin formula. Data collection techniques involved both library research and fieldwork, conducted systematically in alignment with the research objectives. The data were analyzed using descriptive and regression analysis to address the research problems and test the hypotheses.*

The results of the t-test reveal that the Price variable has a positive and significant effect on Room Occupancy at PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Similarly, Online Customer Reviews and Facilities also show a positive and significant impact on Room Occupancy. Furthermore, the Price, Online Customer Reviews, and Facilities variables collectively have a simultaneous influence on the dependent variable, namely Occupancy Rate. The coefficient of determination (R^2) indicates that 65.90% of the variation in Occupancy Rate is explained by the Price, Online Customer Reviews, and Facilities, while the remaining 34.10% is attributed to other factors outside the model, such as Service Quality and Customer Satisfaction.

Keywords: *Price, Online Customer Review, Facilities, Occupancy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas terhadap Tingkat Hunian pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, di mana unit analisisnya adalah PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan), sedangkan unit observasinya adalah para tamu yang menginap di hotel tersebut.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 61.565 tamu, dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 responden. Teknik pengumpulan

Received Desember 30, 2022; Revised April 30, 2023; Accepted Agustus 30, 2023

*M Fahri Abdillah; fahriabdillah950@gmail.com

data dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi lapangan yang disusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menganalisis data, digunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi guna menguji hipotesis serta memecahkan permasalahan yang dikaji.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Selain itu, hasil analisis secara simultan juga menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Tingkat Hunian.

Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa sebesar 65,90% variasi dalam Tingkat Hunian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas. Sementara itu, sisanya sebesar 34,10% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Harga, Ulasan Pelanggan Online, Fasilitas, Hunian

LATAR BELAKANG

Pada abad ke-20, terutama setelah berakhirnya Perang Dunia I, jumlah hotel mengalami peningkatan pesat seiring dengan kemajuan transportasi massal dan berkembangnya industri perjalanan (travel). Hotel-hotel baru mulai banyak dibangun di sekitar kawasan pusat bisnis untuk memenuhi kebutuhan para pelaku usaha dan pelancong. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata turut mendorong kemunculan hotel-hotel resort yang menawarkan paket lengkap berupa penginapan dan fasilitas akomodasi lainnya.

Sejak tahun 1920-an, institusi pendidikan di bidang perhotelan mulai bermunculan di berbagai negara, menandai profesionalisasi industri ini. Selama Perang Dunia II dan masa-masa setelahnya, bisnis perhotelan tetap menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Namun, pada periode tersebut, pembangunan hotel baru hampir tidak dilakukan. Para pelaku usaha lebih fokus pada pengembangan hotel yang telah ada, baik dari segi fasilitas, kualitas layanan, maupun sistem manajemen. Selain itu, terjadi pergeseran kepemilikan hotel dari perseorangan menjadi bagian dari perusahaan atau korporasi.

Dalam perkembangannya, jaringan hotel besar asal Amerika Serikat mulai berekspansi ke mancanegara melalui sistem waralaba (franchise). Hal ini melahirkan

jaringan perhotelan berskala global seperti Hilton, Hyatt, JW Marriott, dan lainnya yang bernaung di bawah korporasi besar.

Di Indonesia, Hotel Indonesia menjadi hotel bintang lima pertama yang dibangun di Jakarta. Hotel ini diresmikan oleh Presiden pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno, pada tanggal 5 Agustus 1962, dalam rangka menyambut penyelenggaraan Asian Games IV tahun 1962. Bangunan megah ini dirancang oleh pasangan arsitek asal Amerika Serikat, Abel Sorensen dan istrinya Wendy. Saat ini, setelah mengalami proses renovasi, hotel tersebut berganti nama menjadi Hotel Indonesia Kempinski.

Setelah melewati masa Abad Pertengahan, rumah-rumah penginapan mulai mengalami perkembangan yang signifikan. Tidak hanya menyediakan tempat bermalam, penginapan pada masa itu juga mulai dilengkapi dengan berbagai fasilitas tambahan seperti bar, salon, dan kedai makanan. Jumlah kamar pun bertambah, bahkan mencapai puluhan unit. Perkembangan inilah yang menjadi cikal bakal lahirnya hotel dalam arti modern, yaitu bangunan tempat singgah yang menyediakan berbagai fasilitas secara lengkap bagi para tamu.

Memasuki abad ke-20, khususnya setelah berakhirnya Perang Dunia I, industri perhotelan mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini didorong oleh perkembangan transportasi massal dan meningkatnya aktivitas bisnis perjalanan (travel). Banyak hotel baru mulai bermunculan, terutama di sekitar pusat-pusat bisnis. Selain itu, pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata turut mendorong berdirinya hotel-hotel resort yang tidak hanya menyediakan tempat menginap, tetapi juga paket akomodasi lengkap.

Pada dekade 1920-an, sekolah-sekolah perhotelan mulai berdiri di berbagai negara, menandai langkah profesionalisasi industri ini. Ketika Perang Dunia II berlangsung hingga masa-masa sesudahnya, industri perhotelan tetap menunjukkan pertumbuhan, meskipun pembangunan hotel baru relatif minim. Fokus utama para pengelola saat itu adalah mengembangkan hotel yang sudah ada, baik dari segi fasilitas, pelayanan, maupun sistem manajemen. Perubahan kepemilikan hotel dari individu ke perusahaan atau korporasi juga mulai terjadi dalam periode ini.

Seiring waktu, jaringan hotel besar di Amerika Serikat mulai memperluas bisnisnya ke luar negeri dengan menggunakan sistem waralaba (franchise). Hal ini melahirkan korporasi perhotelan berskala global, seperti Hilton, Hyatt, JW Marriott, dan lainnya, yang membentuk jaringan hotel internasional di berbagai belahan dunia.

Pembangunan Hotel Indonesia menandai titik awal penting dalam sejarah industri perhotelan di Indonesia. Hotel ini menjadi hotel bintang lima pertama di Jakarta yang diresmikan pada tanggal 5 Agustus 1962 oleh Presiden pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno, sebagai bagian dari persiapan penyelenggaraan Asian Games IV tahun 1962. Gedung hotel ini dirancang oleh pasangan arsitek asal Amerika Serikat, Abel Sorensen dan Wendy Sorensen. Kini, hotel tersebut telah mengalami renovasi dan dikenal dengan nama Hotel Indonesia Kempinski.

Sebagai lanjutan dari pembangunan Hotel Indonesia dan seiring dengan semakin dikenalnya Bali di dunia internasional, pada tahun 1963 dibangun Hotel Bali Beach. Hotel ini pernah menjadi bangunan tertinggi di Bali pada masanya. Hingga kini, tidak ada hotel di Bali yang melebihi empat lantai, karena adanya regulasi pembatasan ketinggian bangunan. Tiga tahun kemudian, Bandara Internasional Ngurah Rai resmi dibuka, memperkuat posisi Bali sebagai destinasi wisata dunia.

Secara umum, perkembangan sektor perhotelan dan pariwisata di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup signifikan. Hal ini ditandai oleh peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia serta pertumbuhan industri pariwisata yang turut mendorong bertambahnya jumlah hotel di berbagai daerah. Selain Jakarta, Yogyakarta, dan Bali yang selama ini menjadi pusat utama pariwisata nasional, daerah lain seperti Sulawesi Utara, Papua, dan berbagai wilayah lainnya juga mengalami kemajuan pesat di sektor ini. Salah satu indikatornya adalah meningkatnya investasi dalam pembangunan hotel-hotel jaringan, yang turut didukung oleh tingginya tingkat okupansi.

Aryaduta Medan merupakan salah satu hotel bintang lima di Kota Medan yang mulai beroperasi sejak tahun 2007. Hotel ini memiliki 195 kamar, delapan ruang pertemuan, dan satu restoran dengan beberapa outlet pendukung. Berlokasi di Jalan Kapten Maulana Lubis No. 8, Aryaduta Medan menawarkan berbagai tipe kamar seperti Deluxe, Premier Deluxe, Grand Deluxe, Pool Terrace, Junior Suite, Executive Suite, Business Suite, dan Aryaduta Suite.

Dari segi fasilitas, Aryaduta Medan menyediakan layanan concierge selama 24 jam, pusat kebugaran, kolam renang terbuka (Courtyard Pool), serta akses Wi-Fi gratis bagi para tamu.

Sementara itu, untuk layanan berbayar, Aryaduta Medan menawarkan fasilitas laundry, pijat dalam kamar (in-room massage), ruang pertemuan, serta layanan penyewaan mobil.

Salah satu fasilitas unggulan Aryaduta Medan adalah Courtyard Pool yang menyuguhkan pemandangan menarik. Selain itu, tersedia pula tipe kamar Pool Terrace yang menjadi favorit tamu karena memiliki akses langsung ke kolam renang dan dilengkapi dengan teras pribadi di luar kamar. Keunikan kamar ini tidak ditemukan pada hotel kompetitor lainnya di Medan, menjadikannya nilai tambah tersendiri bagi Aryaduta Medan.

Dalam hal persaingan, Aryaduta Medan bersaing secara langsung dengan sejumlah hotel ternama seperti Grand Aston City Hall, Cambridge Hotel, Hotel Santika Premiere Dyandra, dan Grand Mercure. Hotel-hotel tersebut digolongkan sebagai *direct competitor*, karena memiliki kelas, kisaran harga, dan lokasi yang serupa dengan Aryaduta Medan.

Dalam memasarkan kamar, hotel-hotel pada masa kini umumnya telah terdaftar di berbagai platform *Online Travel Agent* (OTA). Peneliti mencermati bahwa tingkat persaingan di industri perhotelan semakin ketat, terlihat dari banyaknya pelaku bisnis hotel yang beroperasi serta jarak antarlokasi hotel kompetitor yang saling berdekatan. Kondisi ini menuntut Aryaduta Medan untuk terus meningkatkan kualitas baik dari sisi produk maupun fasilitas guna tetap bersaing secara kompetitif.

Aryaduta Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan, dengan layanan utama berupa jasa penginapan (kamar) dan penyediaan makanan melalui restoran yang tersedia di dalam hotel. Saat ini, diperkirakan sekitar 30% dari okupansi kamar setiap malamnya berasal dari platform *e-commerce* yang dikelola oleh Aryaduta Medan, seperti Agoda, Traveloka, situs resmi Aryaduta, dan lainnya.

Salah satu fitur utama dari OTA adalah kemudahan bagi para tamu untuk memberikan ulasan atau *review* terhadap hotel yang mereka kunjungi. Di era digital saat ini, calon tamu umumnya mencari hotel berdasarkan peringkat atau *rating* yang baik di platform OTA. Ulasan pelanggan secara daring (*Online Customer Review*) merupakan bagian dari *Electronic Word of Mouth* (eWOM), yakni bentuk rekomendasi atau pendapat yang berasal langsung dari konsumen, bukan dari iklan komersial. Review ini menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jumlah serta isi dari review sering kali dianggap sebagai indikator popularitas maupun kualitas

produk, yang secara langsung dapat memengaruhi minat seseorang untuk melakukan pemesanan.

Oleh karena itu, menjaga kualitas layanan dan fasilitas agar tetap memperoleh ulasan yang baik menjadi aspek yang sangat krusial bagi Aryaduta Medan. Hotel ini secara rutin memperoleh ulasan dari berbagai OTA seperti Traveloka, Agoda, Pegipegi, dan lainnya. Tamu yang telah menginap akan memberikan penilaian berdasarkan berbagai aspek seperti pelayanan, kebersihan, fasilitas, harga, dan lain sebagainya. Melalui ulasan-ulasan tersebut, Aryaduta Medan dapat mengidentifikasi kelemahan yang masih ada dan melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tidak hanya Aryaduta Medan, hotel-hotel pesaing langsung (*direct competitors*) juga secara aktif memperhatikan ulasan tamu sebagai bagian dari strategi peningkatan kualitas layanan. Untuk memantau dan mengevaluasi ulasan pelanggan secara lebih sistematis, Aryaduta Medan menggunakan *ReviewPro*, yaitu platform yang mengumpulkan dan menganalisis semua ulasan yang diberikan oleh tamu dari berbagai OTA. *ReviewPro* menghasilkan skor yang disebut *Global Review Index (GRI)*, yaitu indikator numerik yang mencerminkan reputasi hotel berdasarkan tingkat kepuasan tamu. GRI ini menjadi tolok ukur penting bagi hotel dalam mengukur dan membandingkan kinerja pelayanan mereka di mata konsumen.

Tingkat hunian (*occupancy*) merujuk pada persentase kamar yang berhasil disewakan kepada tamu dibandingkan dengan total jumlah kamar yang tersedia untuk disewakan, dalam suatu periode tertentu seperti harian, bulanan, maupun tahunan. Dalam konteks persaingan tingkat hunian, indikator ini digunakan untuk memproyeksikan kinerja operasional hotel dalam jangka waktu tertentu, baik bulanan maupun tahunan. Kinerja tersebut umumnya diukur melalui persentase tingkat hunian serta rata-rata tarif kamar yang dihuni.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Aryaduta Medan yang beralamat di Jalan Kapten Maulana Lubis No. 8, Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Medan, dengan total sebanyak 61.565 orang. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket atau kuesioner terstruktur yang diberikan langsung kepada para responden, yaitu tamu dari PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada responden. Menurut Sugiyono (2018:142), angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan pandangan mereka.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengkaji hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan lebih dari satu variabel independen (X). Tujuannya adalah untuk mengestimasi dan memprediksi nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai dari variabel-variabel independen yang telah diketahui. Dalam konteks penelitian ini, variabel Harga (X_1), *Online Customer Review* (X_2), dan Fasilitas (X_3) dianalisis pengaruhnya terhadap variabel Tingkat Hunian (Y).

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia yang bervariasi. Sebanyak 11 responden (11%) berusia 17–22 tahun, 45 responden (45%) berusia 23–28 tahun, 25 responden (25%) berusia 29–34 tahun, dan 19 responden (19%) berusia di atas 34 tahun. Dengan demikian, kelompok usia yang paling dominan adalah 23–28 tahun, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia produktif muda.

2. Berdasarkan Pekerjaan

Dilihat dari jenis pekerjaan, responden terdiri atas 13 orang (13%) yang berprofesi sebagai mahasiswa, 35 orang (35%) sebagai karyawan, 23 orang (23%) sebagai ibu rumah tangga, dan 29 orang (29%) dengan profesi lainnya. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merupakan karyawan, yang menjadi kelompok terbanyak berdasarkan kategori pekerjaan.

3. Berdasarkan Jenis Reservasi Kamar

Responden juga diklasifikasikan berdasarkan jenis reservasi kamar yang dilakukan. Sebanyak 43 responden (43%) melakukan reservasi secara individual, 28 responden (28%) melalui reservasi korporat (*corporate*), 14 responden (14%) melalui *travel agent*, dan 15 responden (15%) menggunakan *online travel agent*. Dengan demikian, jenis reservasi kamar yang paling banyak digunakan oleh responden adalah reservasi individual.

1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengukur korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor dari konstruk atau variabel yang bersangkutan. Korelasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap item mampu merepresentasikan variabel yang diukur.

Selain uji validitas, penggunaan item-item sebagai indikator dalam mengukur variabel penelitian juga memerlukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen yang digunakan, sehingga data yang diperoleh dapat dianggap andal dan dapat dipercaya.

Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini akan disajikan dalam Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	Variabel	R _{hitung}
1.	H-1		0,885
2.	H-2	Harga	0,631
3.	H-3		0,833
4.	H-4		$\frac{0,822}{0,919}$
No.	Pernyataan	Variabel	R _{hitung}
1.	OCR-1	Online	
2.	OCR-2	Customer	
3.	OCR-3	Review	
No.	Pernyataan	Variabel	R _{hitung}
1.	F-1		0,762
2.	F-2		0,671
3.	F-3		0,745

4.	¹ F-4	Fasilitas	0,465
6.	F-5		0,611
7.	F-6		
No.	Pernyataan	Variabel	Rhitung
1.	TH-1		
2.	TH-2		
3.	TH-3		
4.	TH-4		
5.	TH-5		

Berdasarkan hasil pada ¹Tabel 1, nilai r hitung dari masing-masing item pernyataan untuk setiap variabel menunjukkan angka di atas 0,361. Dengan demikian, seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid, karena telah memenuhi kriteria nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% untuk jumlah responden sebanyak 100 orang.

¹
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

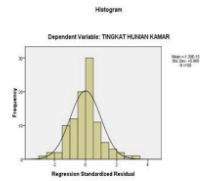
No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
1	Harga	4	0,807
2	Online Customer Review	3	0,847
3	Fasilitas	6	0,662
4	Tingkat Hunian	5	0,911

Berdasarkan Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel menunjukkan hasil di atas 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini bersifat reliabel.

Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas

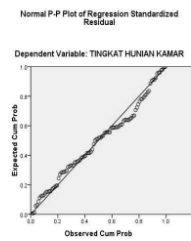
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Pengujian ini penting karena salah satu asumsi dalam analisis regresi klasik adalah bahwa residual harus berdistribusi normal. Terdapat dua

metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas, yaitu melalui analisis grafik dan uji statistik.



Gambar 1. Grafik Histogram

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kiri dan ke kanan, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Grafik Normal P-Plot

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa data (titik-titik) tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola yang ditunjukkan pada grafik *Normal Probability Plot* ini mengindikasikan bahwa data residual memiliki distribusi yang mendekati normal.

Tabel 3. Uji Statistik Untuk Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90302176
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.983
Asymp. Sig. (2-tailed)		.289

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 3, nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,289, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

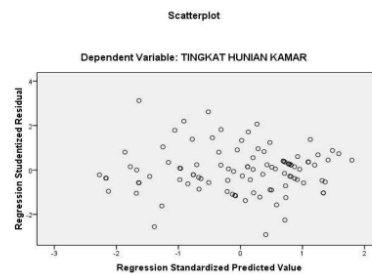
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	HARGA	.879	1.138
	ONLINE CUSTOMER REVIEW	.670	1.493
	FASILITAS	.673	1.485

a. Dependent Variable: TINGKAT HUNIAN KAMAR

Berdasarkan Tabel 4, nilai *Tolerance* untuk variabel Harga adalah sebesar 0,879, yang berada di atas batas minimum 0,10, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,138, yang berada di bawah batas maksimum 10. Untuk variabel Online Customer Review, nilai *Tolerance* tercatat sebesar 0,670 dan nilai VIF sebesar 1,493. Sementara itu, variabel Fasilitas memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,673 dan VIF sebesar 1,485. Karena seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 3, tampak bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Pola sebaran ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi yang digunakan dapat dianggap layak untuk memprediksi variabel Tingkat Hunian.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. *Standardized Coefficients*

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.004	1.569		.003	.998		
	HARGA	.286	.074	.246	3.872	.000	.879	1.138
	ONLINE CUSTOMER REVIEW	.744	.108	.503	6.910	.000	.670	1.493
	FASILITAS	.271	.072	.273	3.753	.000	.673	1.485

a. Dependent Variable: TINGKAT HUNIAN KAMAR

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Hunian} = 0,004 + 0,286 \text{ Harga} + 0,744 \text{ Online Customer Review} + 0,271 \text{ Fasilitas} + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (α) sebesar 0,004 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen (Harga, *Online Customer Review*, dan Fasilitas) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan) diperkirakan sebesar 0,004 satuan.
2. Koefisien regresi variabel Harga (X_1) sebesar 0,286 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Harga, dengan asumsi variabel *Online Customer Review* (X_2) dan Fasilitas (X_3) tetap, akan meningkatkan Tingkat Hunian sebesar 0,286 satuan.
3. Koefisien regresi variabel *Online Customer Review* (X_2) sebesar 0,744 menunjukkan bahwa apabila variabel *Online Customer Review* meningkat satu satuan, dan variabel Harga (X_1) serta Fasilitas (X_3) dianggap tetap, maka Tingkat Hunian akan mengalami peningkatan sebesar 0,744 satuan.

4. Koefisien regresi variabel Fasilitas (X_3) sebesar 0,271 menandakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Fasilitas, dengan asumsi variabel Harga (X_1) dan *Online Customer Review* (X_2) tetap, akan meningkatkan *Tingkat Hunian* sebesar 0,271 satuan.

Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam model ini memberikan kontribusi positif terhadap variabel dependen, yaitu *Tingkat Hunian*.

Hasil Pengujian Hipotesis Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Harga; *Online Customer Review*; Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tingkat Hunian* pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Harga; *Online Customer Review*; Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap *Tingkat Hunian* pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Tabel 6. Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.004	1.569		.998
	HARGA	.286	.074	.246	.000
	ONLINE CUSTOMER REVIEW	.744	.108	.503	.000
	FASILITAS	.271	.072	.273	.000

a. Dependent Variable: TINGKAT HUNIAN KAMAR

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel **Harga** memiliki nilai *thitung* sebesar 3,872 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 98 ($n-2 = 100-2$) dan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$, diperoleh nilai *ttabel* sebesar 1,984. Karena *thitung* > *ttabel*, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tingkat Hunian* di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Selanjutnya, untuk variabel **Online Customer Review**, diperoleh *thitung* sebesar 6,910 dengan signifikansi 0,000. Dengan *ttabel* tetap sebesar 1,984, maka karena *thitung* > *ttabel*, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa *Online Customer Review* secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tingkat Hunian*.

Adapun variabel **Fasilitas** menunjukkan nilai *thitung* sebesar 3,753 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai tersebut juga lebih besar dari *ttabel*, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Fasilitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Harga,

Online Customer Review dan Fasilitas secara serempak tidak berpengaruh terhadap Tingkat Hunian pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

$H_1: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Harga,

Online Customer Review dan Fasilitas secara serempak berpengaruh terhadap Tingkat Hunian pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Tabel 7. Uji Stimultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	691.832	3	230.611	61.749
	Residual	358.528	96	3.735	
	Total	1050.360	99		

a. Predictors: (Constant), ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA, FASILITAS

b. Dependent Variable: TINGKAT HUNIAN KAMAR

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 51,284 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 3$, dan $df_2 = 96$ maka nilai F_{tabel} adalah 2,70. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah Dengan ditolaknya H_0 dan diterimanya H_1 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.648	1.933

a. Predictors: (Constant), *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, HARGA, FASILITAS

b. Dependent Variable: TINGKAT HUNIAN KAMAR

Berdasarkan Tabel 8, nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) diperoleh sebesar 0,648. Artinya, sebesar 64,8% variasi dalam Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan) dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas. Sementara itu, sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji koefisien determinasi (R^2) juga menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,648 menandakan bahwa 64,8% perubahan dalam variabel Tingkat Hunian dipengaruhi oleh ketiga variabel independen, yaitu Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas, sedangkan 35,2% lainnya disebabkan oleh variabel-variabel lain di luar lingkup penelitian.

Hasil uji parsial (uji t) terhadap variabel Harga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan), dengan nilai thitung sebesar 3,872 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,984. Temuan ini berbeda dengan penelitian Ilham Labbase (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Horison Makassar. Namun demikian, hasil ini sejalan dengan penelitian Andri Wijiatmoko (2016) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menginap di Hotel Syariah Surakarta, serta penelitian Nicklouse Christian Lempoy (2015) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.

Selanjutnya, hasil uji t untuk variabel Online Customer Review menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Tingkat Hunian, dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 6,910 yang lebih besar dari ttabel 1,984. Hasil ini konsisten dengan temuan Nur dan Mirza (2018) yang menunjukkan bahwa ulasan konsumen secara daring (online consumer reviews) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di platform Shopee di Surabaya.

Variabel **Fasilitas** juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *t*hitung sebesar 3,753 yang lebih besar daripada *t*tabel sebesar 1,984. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Nicklouse Christian Lempoy (2015), yang menyimpulkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan di Taman Wisata Toar.

Sementara itu, hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan), dengan nilai *F*hitung sebesar 61,749 yang melebihi *F*tabel sebesar 2,70. Hasil ini mendukung penelitian Nicklouse Christian Lempoy (2015) yang menemukan bahwa variabel Harga, Lokasi, dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga yang bersifat variatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan). Demikian pula, Online Customer Review secara parsial terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian. Variabel Fasilitas juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Tingkat Hunian secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel tersebut—Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas—berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Hunian pada PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan).

Berdasarkan hasil analisis, besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap Tingkat Hunian mencapai 64,8%. Oleh karena itu, disarankan agar pihak manajemen mempertahankan serta meningkatkan kualitas pada aspek Harga, Online Customer Review, dan Fasilitas untuk mendukung peningkatan tingkat hunian. Selain itu, manajemen juga perlu mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memberikan pengaruh signifikan, seperti Online Customer Rating dan Promosi, guna meningkatkan performa dan daya saing perusahaan di industri perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sulastiyono. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel : Manajemen Hotel. Bandung: Alfabeta.
- Cunningham et al. 2010. Does Tripadvisor Make Hotel Better?
- Damardjati, R.S. 2006. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Farki, A. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia.
- Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi. Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gretzel, Ulrike. 2007. Travel Review Study : Role & Impact of Online Travel Reviews.
- Hanggara, Vicky. 2009. Pengertian Tingkat Hunian Hotel.
(<http://vickyhanggara.blogspot.co.id/2009/05/pengertian-tingkathuniankamarhotel.html>)
- Ichsan, Masyita. 2018. Pengaruh Consumer Online Rating dan Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. Jakarta. PT. Indeks
- Kusuma, Rizal Wahyu. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Labbase, Ilham. 2015. Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Horison Kota Medan.
- Lempoy, N.C. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman Sonder).
- Sugiarto, Endar. 2004. Hotel Front Office Administration (Administrasi Kantor Depan Hotel). Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2010. Manajemen Penjualan : Pelaksanaan Penjualan. Yogyakarta ; BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. ANDI: Yogyakarta.
- Vermuelen dan Seegers. 2009. Tried and tested : The impact of online hote reviews on consumer consideration.
- Wijiatmoko, Andri. 2016. Analisis Pengaruh, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi.

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

30%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 www.jurnal.eka-prasetya.ac.id
Internet Source

30%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On
Exclude matches < 2%