

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI HARRIS HOTEL BATAM CENTER**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



Oleh :

GILANG FEBRIYANGGA

NIM : 19135019

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI HARRIS HOTEL BATAM CENTER

Nama : Gilang Febriyanga
NIM/BP : 19135019/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

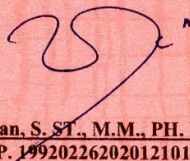
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, S.E., M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Feri Ferdian, S. ST., M.M., PH. D., CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang


Judul : Pengaruh *Brand Image* Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di HARRIS Hotel Batam Center
Nama : Gilang Febriyanga
NIM/BP : 19135019/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

Nama

Tanda Tangan

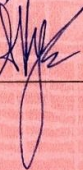
1. Ketua : Nidia Wulansari, S.E., M.M.

1. 

2. Anggota : Dr. Retnaningtyas, S.Ant., M.Sc.

2. 

3. Anggota : Arif Adrian, S.E., M.SM.

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Gilang Febriyangga
NIM/TM : 19135019 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Brand Image* Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di HARRIS Hotel Batam Center” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S. ST., M.M., PH. D., CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



Gilang Febriyangga
NIM. 19135019

ABSTRAK

Gilang Febriyangga.2023. Pengaruh *Brand Imge* dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di HARRIS Hotel Batam Center.

Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Pariwisata memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan peningkatan devisa di Indonesia. Pertumbuhan industri pariwisata yang pesat memberikan peluang bagi pengusaha dan investor untuk mendirikan akomodasi hotel sebagai penunjang pariwisata. Keputusan menginap di sebuah hotel dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk *brand image* dan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian sebanyak 98 responden dipilih melalui metode purposive sampling lalu diolah menggunakan SPSS 23.00. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur persepsi tamu terhadap *brand image*, fasilitas, dan keputusan menginap. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *brand image* dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center. *Brand image* yang positif, seperti citra modern, keceriaan, logo uang unik dan pelayanan ramah, berkontribusi pada keputusan tamu untuk menginap. Variabel *brand image* di HARRIS Hotel Batam Center menunjukkan kategori baik, dengan skor total 4922, mean score 3,59, dan nilai rata-rata TCR 72. Hal ini menandakan bahwa persepsi positif terhadap *brand image* hotel memiliki dampak signifikan terhadap keputusan menginap. Variabel fasilitas di hotel juga tergolong dalam kategori baik, dengan skor total 4677, mean score 3,67, dan nilai rata-rata TCR 73. Fasilitas yang memadai, fungsional dan sesuai kebutuhan tamu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap, sehingga konsumen lebih tertarik untuk memilih HARRIS Hotel Batam Center. Selain itu, hasil menunjukkan bahwa keputusan menginap secara keseluruhan berada dalam kategori baik, dengan skor total 4279, mean score 3,97, dan nilai rata-rata TCR 79.

Kata Kunci : Brand Image, Fasilitas, Keputusan Menginap Tamu,

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayat, serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di HARRIS Hotel Batam Center”**.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan awal menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang serta melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST). Dalam skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D selaku Kepala Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Lise Asnur, S.Pd., M.Pd selaku dosen penasehat akademik.
4. Ibu Nidia Wulansari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberi arahan.
5. Seluruh staff pengajar, teknisi dan administrasi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Kepada pihak Manajemen HARRIS Hotel Batam Center yang telah membantu dan memberikan data yang dibutuhkan.
7. Kepada orang tua dan keluarga penulis yang telah memberi dukungan dan semangat baik moril maupun materil.

Padang, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Pustaka.....	12
B. Kerangka Konseptual.....	20
C. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
C. Variabel Penelitian.....	22
D. Definisi Operasional Variabel.....	23
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Instrumen Penelitian.....	25
H. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	29
I. Teknis Analisis Data.....	31
J. Uji Prasyarat Analisis.....	32
K. Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian.....	35
B. Analisis Deskriptif Data.....	37
C. Uji Persyaratan Analisis.....	68

D. Pengujian Hipotesis	71
E. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pencapaian <i>Occupancy</i>	3
Gambar 1.2 Gedung dan Logo HARRIS Hotel Batam Center	5
Gambar 1.3 Persentasi Ulasan Tamu Tentang <i>Brand Image</i>	5
Gambar 1.4 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center	6
Gambar 1.5 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center	6
Gambar 1.6 Persentasi Tamu Tentang Fasilitas	7
Gambar 1.7 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pilihan Skala Likert Pada Variabel X dan Variabel Y	26
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Deskripsi Indikator Mengenal <i>Brand</i> Tersebut.....	38
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan TCR Mengenal <i>Brand</i> Tersebut	38
Tabel 4.6 Data Statistik Indikator <i>Brand</i> Yang Terpercaya.....	39
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan TCR indikator <i>Brand</i> Yang Terpercaya	40
Tabel 4.8 Data Statistik Indikator <i>Brand</i> Yang Berkualitas	40
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan TCR Indikator <i>Brand</i> Yang Berkualitas.....	41
Tabel 4.10 Data Statistik Indikator Menimbulkan Rasa Suka	41
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan TCR Indikator Menimbulkan Rasa Suka	42
Tabel 4.12 Data Statistik Indikator Kesan Yang Baik	42
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan TCR Indikator Kesan Yang Baik	43
Tabel 4.14 Data Statistik Indikator <i>Brand</i> Yang Populer	44
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan TCR Indikator <i>Brand</i> Yang Populer	44
Tabel 4.16 Data Statistik Indikator Harga Yang Sesuai	45
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan TCR Indikator Harga Yang Sesuai.....	46
Tabel 4.18 Data Statistik Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	46
Tabel 4.19 Skor Jawaban Responden Tentang <i>Brand Image</i>	47
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan TCR Variabel <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4.21 Data Statistik Indikator Perencanaan Spasial.....	49
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan TCR Indikator Perencanaan Spasial.....	50
Tabel 4.23 Data Statistik Indikator Desain Ruang.....	50
Tabel 4.24 Hasil Perhitungan TCR Indikator Desain Ruang.....	51
Tabel 4.25 Data Statistik Indikator Perlengkapan.....	51
Tabel 4.26 Hasil Perhitungan TCR Indikator Perlengkapan.....	52

Tabel 4.27 Data Statistik Indikator Tata Cahaya Serta Warna	52
Tabel 4.28 Hasil Perhitungan TCR Indikator Tata Cahaya Serta Warna	53
Tabel 4.29 Data Statistik Indikator Pesan Ilustrasi	54
Tabel 4.30 Hasil Perhitungan TCR Indikator Pesan Ilustrasi	54
Tabel 4.31 Data Statistik Indikator Komponen Pendukung.....	55
Tabel 4.32 Hasil Perhitungan TCR Indikator Komponen Pendukung.....	56
Tabel 4.33 Data Statistik Variabel Fasilitas (X2)	56
Tabel 4.34 Skor Jawaban Responden Tentang Fasilitas	57
Tabel 4.35 Hasil Perhitungan TCR Variabel Fasilitas	57
Tabel 4.36 Data Statistik Indikator Mengenali Keperluan.....	59
Tabel 4.37 Hasil Perhitungan TCR Indikator Mengenali Keperluan.....	60
Tabel 4.38 Data Statistik Indikator Pencarian Informasi	60
Tabel 4.39 Hasil Perhitungan TCR Indikator Pencarian Informasi	61
Tabel 4.40 Data Statistik Indikator Evaluasi Alternatif.....	61
Tabel 4.41 Hasil Perhitungan TCR Indikator Evaluasi Alternatif	62
Tabel 4.42 Data Statistik Indikator Keputusan Mengingat	63
Tabel 4.43 Hasil Perhitungan TCR Indikator Keputusan Mengingat	63
Tabel 4.44 Data Statistik Indikator Sikap Pasca Mengingat	64
Tabel 4.45 Hasil Perhitungan TCR Indikator Sikap Pasca Mengingat	65
Tabel 4.46 Data Statistik Variabel Keputusan Mengingat (Y)	65
Tabel 4.47 Skor Jawaban Responden Tentang Keputusan Mengingat	66
Tabel 4.48 Hasil Perhitungan TCR Variabel Keputusan Mengingat (Y)	66
Tabel 4.49 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.50 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.51 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.52 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.53 Hasil Regresi Linieritas Berganda	72
Tabel 4.54 Angka R Square	73

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Uji Coba dan Penelitian	86
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	87
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba	90
Lampiran 4 Tabulasi Data Uji Coba	95
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	98
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	111
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 8 Tabulasi Hasil Penelitian.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting dan mempunyai posisi strategis dalam peningkatan devisa di Indonesia. Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini sangat pesat serta menjanjikan memberikan peluang bagi pengusaha maupun investor dalam mendirikan akomodasi hotel sebagai penunjang pariwisata. Menurut Hurdawaty dan Parantika (2018: 7) hotel merupakan tempat menginap yang terdiri atas beberapa atau banyak kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk waktu tertentu serta menyediakan makanan dan minuman untuk para tamunya.

Hotel merupakan salah satu pertimbangan bagi sebagian orang yang ingin berkunjung atau berwisata pada suatu daerah, karena hampir semua kebutuhan tamu dapat terpenuhi saat berada di hotel. Oleh karena itu agar suatu hotel banyak diminati oleh tamu maka perusahaan harus bisa mengetahui apa dan bagaimana kebutuhan tamu baik dalam bentuk produk maupun jasa yang berbeda dari hotel lain, sehingga tamu memutuskan untuk menginap. Menurut Kristianto & Wahyuni (2019: 4) menyebutkan bahwa keputusan menginap merupakan suatu tindakan dalam pengambilan keputusan konsumen untuk memilih penginapan atau hotel yang akan digunakan sebagai tempat tinggal sementara, dengan demikian seorang konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor sebelum melakukan proses keputusan menginap pada suatu tempat. Adapun indikator keputusan menginap menurut Jusuf, Laela, & Sari, (2018: 10-11) adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

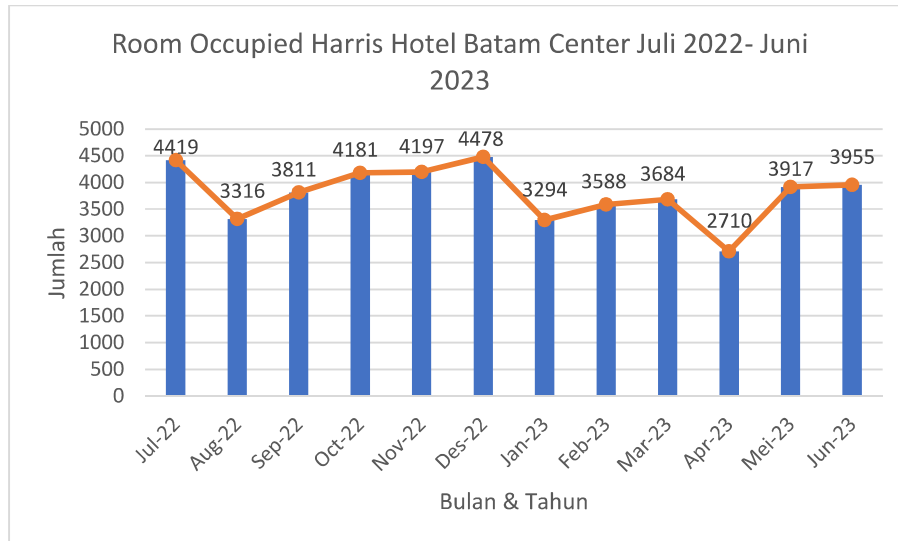
Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan oleh tamu untuk mengambil keputusan menginap di sebuah hotel yaitu faktor harga, kualitas produk, fasilitas, citra merek atau *brand image* dan promosi (Kotler, 2002). Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menginap tamu di sebuah hotel adalah *brand image*, Kotler et al (2017: 250) menerangkan bahwa *Brand Image*

adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari hal hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing. Juga menerangkan bahwa, *branding* sudah ada sejak lama untuk membedakan produk dari produsen satu dengan yang lainnya. Menurut Indrasari (2019: 102) indikator *brand image* terbagi atas 7 yaitu mengenal *brand* tersebut, *brand* yang terpercaya, *brand* yang berkualitas, menimbulkan rasa suka, kesan yang baik, *brand* yang populer, dan harga yang sesuai.

Selain *Brand Image*, Kotler (2002) menyatakan fasilitas juga menjadi faktor yang mempengaruhi tamu dalam memutuskan untuk menginap. Menurut Tjiptono (2019) fasilitas merupakan bagian penting dari industri jasa sehingga fasilitas yang ada harus diperhatikan yaitu kondisi, desain *interior* dan *eksterior* serta kebersihan. Tjiptono juga memaparkan indikator fasilitas ada 6 yaitu pertimbangan/perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan parobotan, tata cahaya dan warna, pesan pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung.

Kota Batam merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia dan merupakan pusat pengembangan kepariwisataan untuk provinsi Kepulauan Riau. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya didirikan hotel berklasifikasi berbintang dikota ini. Dikutip dari situs resmi BPS Kepulauan Riau (<https://kepri.bps.go.id>, diakses pada 10 Juli 2023), tercatat jumlah hotel berbintang dan non berbintang yang ada di Kota Batam sampai tahun 2022 berjumlah 273 hotel. Melihat dari jumlah data banyaknya hotel yang tersedia di Kota Batam tentunya hal ini sangat mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel di Kota Batam. Salah satu hotel yang terdapat di Kota Batam adalah HARRIS Hotel Batam Center, hotel ini merupakan salah satu hotel bintang 4 di Kota Batam, memiliki lokasi yang strategis yaitu bersebelahan dengan pelabuhan dan bersebrangan dengan pusat perbelanjaan dan alun-alun Kota Batam. Hotel ini menjadi salah satu hotel yang diminati oleh wisatawan. Namun, berdasarkan temuan observasi yang peneliti lakukan di peroleh temuan data yang

berhubungan dengan pencapaian *occupancy* pada Juli 2022 – Juni 2023 hal ini dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Gambar 1.1 Grafik Pencapaian *Occupancy*
Sumber: Data Front Office HARRIS Hotel Batam Center (2023)

Grafik menunjukkan pencapaian target serta tingkat hunian rata-rata kamar di HARRIS Hotel Batam Center setiap bulannya mengalami fluktuasi namun terjadi penurunan secara signifikan dibulan agustus 2022 hanya 3.316 kamar yang terjual dan april 2023 hanya 2.710 kamar yang terjual. Berkembangnya bisnis perhotelan di Kota Batam menyebabkan adanya persaingan yang menuntut perusahaan perhotelan untuk secara aktif dan kreatif berusaha memenuhi kebutuhan tamu. Hal ini tentunya mendorong HARRIS Hotel Batam Center untuk semakin konsisten terhadap *brand image* yang telah dibentuk agar memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya, selain itu fasilitas yang disediakan HARRIS Hotel Batam Center juga harus fungsional dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Dari data *occupancy* HARRIS Hotel Batam Center pada Juli 2022 – Juni 2023 yang mengalami fluktuasi hal ini tentunya cukup mengkhawatirkan pihak hotel dalam pencapaian target penjualan kamar setiap bulannya. Melihat dari review tamu di platform online hal ini dicurigai karena adanya ketidaksesuaian *brand image* yang dibangun oleh pihak hotel serta fasilitas yang belum memenuhi ekspektasi tamu ketika menginap di hotel.

Brand image HARRIS Hotel Batam Center dapat digambarkan sebagai hotel modern dengan sentuhan keceriaan dan keramahtamahan, salah satu hal yang membuat HARRIS Hotel Batam Center menonjol adalah desain interior mereka yang segar dan penuh warna. Begitu masuk ke dalam hotel, akan disambut dengan dekorasi ceria dan suasana yang menyenangkan. Ruangan-ruangan di dalamnya dirancang dengan gaya kontemporer namun tetap memberikan kesan hangat dan nyaman. Selain itu, HARRIS Hotel Batam Center juga dikenal karena staf-stafnya yang ramah dan profesional. Mereka selalu siap membantu tamu-tamu mereka dengan senyum manis serta pelayanan terbaik. Tidak hanya itu, para staf juga mengedepankan prinsip "*Joyful Service*" sehingga tamu-tamu merasa diperlakukan secara istimewa selama menginap di hotel ini.

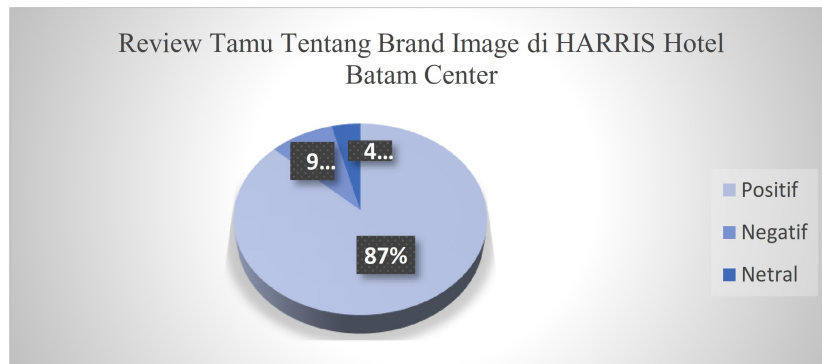
Selain itu Logo HARRIS Hotel Batam Center memiliki beberapa keunikan yang membuatnya mudah dikenali dan menggambarkan *brand* mereka dengan baik. Bisa dilihat dari bentuk huruf yang unik, logo HARRIS Hotel Batam Center menggunakan huruf kapital dengan bentuk yang unik dan modern. Huruf-hurufnya ditulis dalam gaya tipografi khusus, dengan sudut-sudut tajam dan garis-garis geometris yang memberikan kesan kontemporer. Logo ini menggunakan kombinasi 3 warna cerah sebagai ciri khas seperti warna orange yang melambangkan keceriaan dan kesegaran, warna abu-abu yang melambangkan keseriusan, kemandirian dan tanggung jawab, dan warna putih yang melambangkan kebersihan. Berikutnya bentuk lingkaran sebagai bendera orange sebagai merek hotel ini. Lingkaran tersebut juga melambangkan hubungan harmonis antara tamu hotel dengan staffnya serta komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap tamu. Dengan kombinasi desain modern, warna ceria, dan simbol lingkaran sebagai bendera mereknya, logo HARRIS Hotel berhasil menciptakan identitas yang unik dan mudah diingat. Logo ini merepresentasikan semangat positif, keceriaan, serta pelayanan terbaik yang menjadi ciri khas dari HARRIS Hotel.



Gambar 1.2 Gedung dan Logo HARRIS Hotel Batam Center

Sumber : Instagram HARRIS Hotel Batam Center, 2023

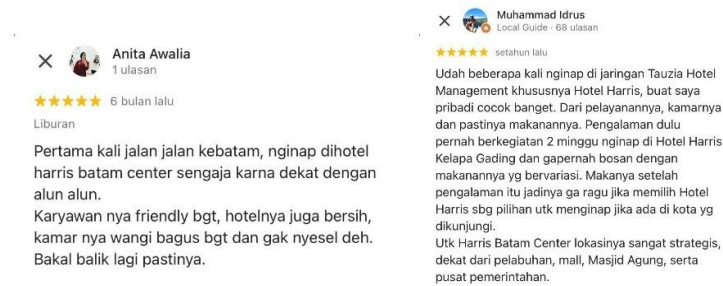
Berdasarkan review tamu di platform online penulis menemui 405 ulasan terupdate mengenai *brand image* yang dibangun oleh HARRIS Hotel Batam Center, ulasan ini memiliki 87% positif, 9 % ulasan negatif dan 4% memilih tidak memberikan ulasan. Hal ini dapat dilihat dari diagram dibawah ini:



Gambar 1.3 Persentasi Ulasan Tamu Tentang *Brand Image*

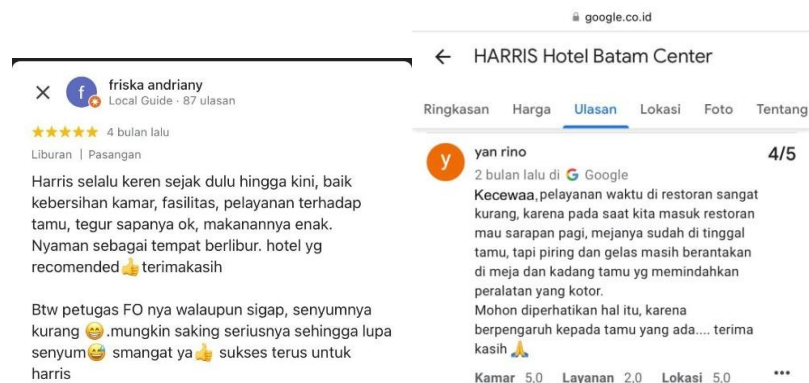
Sumber : Google Review HARRIS Hotel Batam Center (diakses pada 17 Mei 2023)

Dari hasil pengamatan peneliti tentang *brand image* pada HARRIS Hotel Batam Center dari hasil ulasan tamu di Google *review* ternyata HARRIS Hotel Batam Center berhasil membangun *image* perusahaan sesuai dengan standar yang berlaku dihotel, terbukti melalui ulasan tamu yang menyatakan karyawan yang *friendly*, ceria, dan merasa senang ketika menginap, bahkan akan kembali lagi untuk menginap dihotel ini. Hal ini tentunya telah memenuhi beberapa poin indikator *brand image* menurut Indrasari (2019) yaitu menimbulkan rasa suka dan kesan yang baik.



Gambar 1.4 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center
 Sumber : Google Review HARRIS Hotel Batam Center (Diakses pada 21 April 2023)

Namun ternyata ada temuan dari salah satu ulasan tamu yang menginap di HARRIS Hotel Batam Center menyatakan “Kecewa”. Bukan tanpa alasan hal ini disebabkan karena kurangnya kepekaan staff saat tamu berada di restaurant. Dan ada ulasan lain yang mengatakan bahwa beberapa staff *front office* tidak tersenyum dan lama saat melayani tamu. Hal ini tentunya melenceng dari indikator brand image yang dikemukakan oleh Indrasari (2019:102) yaitu brand yang terpercaya, dan kesan yang baik.

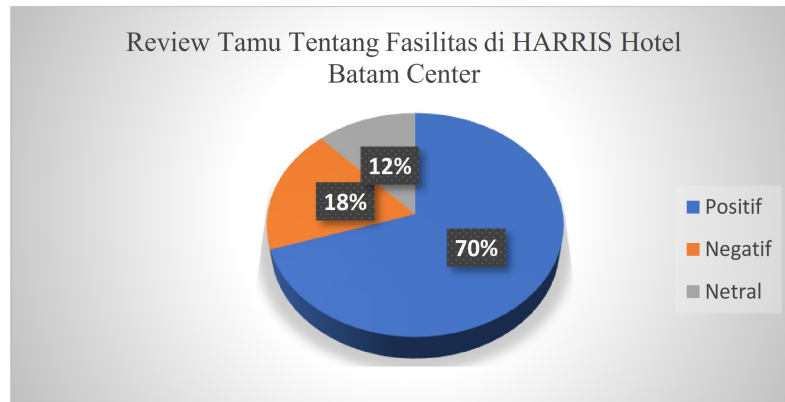


Gambar 1.5 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center
 Sumber : Google Review HARRIS Hotel Batam Center (Diakses pada 21 April 2023)

Selain *brand image*, fasilitas yang disediakan oleh HARRIS Hotel Batam Center juga sudah sangat lengkap sebagai kualifikasi hotel dengan bintang 4 di Kota Batam. Berdasarkan fasilitas yang ditemui selama berada di lapangan, memang HARRIS Hotel Batam Center ini untuk kamar masih menggunakan fasilitas yang tergolong lama, dikarenakan hotel ini satu satunya hotel HARRIS di Kota Batam

yang belum menerapkan *New G* atau *New Generation*. Namun saat ini HARRIS Hotel Batam Center telah menerapkan *New G* di hotelnya sehingga untuk seluruh fasilitas masih dalam tahap pengupgrade-an agar kualifikasi hotel sesuai dengan HARRIS lain yang telah menerapkan *New G* terlebih dulu.

Berdasarkan review tamu pada platform online yang peneliti baca, ada 116 ulasan terbaru mengenai fasilitas di HARRIS Hotel Batam Center, yang mana ulasan ini memiliki 70% ulasan positif, 18% ulasan negatif dan 12% tidak memberikan ulasan apapun. Hal ini dapat dilihat pada diagram dibawah ini:



Gambar 1.6 Persentasi Ulasan Tamu Tentang Fasilitas

Sumber : Google Review HARRIS Hotel Batam Center (Diakses pada 17 Mei 2023)

Meski demikian hal ini tidak dapat disepelekan mengingat ulasan dari para tamu ini bisa dibaca oleh masyarakat yang ingin menginap di HARRIS Hotel Batam Center. Salah satu ulasan terkait fasilitas di traveloka yaitu seorang tamu mengeluh karena fasilitas yang diberikan hotel. Tamu tersebut menyatakan bahwa hotel diluar ekspetasinya karena seperti hotel lama, AC yang tidak terlalu dingin, *hair drayer* yang tidak berfungsi, dan kamar yang tidak kedap suara. Rata rata tamu yang menginap di HARRIS Hotel Batam Center memang banyak yang mengeluhkan hal tersebut.



Gambar 1.7 Ulasan Tamu Menginap di HARRIS Hotel Batam Center
 Sumber : Google Review HARRIS Hotel Batam Center (Diakses pada 21 April 2023)

Urgensi dalam penelitian ini apabila tamu merasa tidak puas dan tidak terpenuhi keinginan selama berada dan menginap di hotel baik dari segi citra yang dibangun oleh karyawan maupun fasilitas yang disediakan oleh hotel maka tamu akan *complain* dan jika itu dibiarkan akan berdampak ke *brand image* yang menjadi buruk serta tamu tidak akan merekomendasikan ke teman-temannya untuk menginap di HARRIS Hotel Batam Center. Upaya untuk meningkatkanantisipasi agar tamu tidak *complain* adalah para karyawan hotel harus dapat membangun citra yang baik dengan tamu dengan memberikan rasa aman dan nyaman terhadap tamu, dan menyiapkan serta menyediakan fasilitas yang baik kepada tamu dengan demikian tamu akan betah dan tidak menyesal memutuskan untuk menginap.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI HARRIS HOTEL BATAM CENTER”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis dalam melakukan penelitian ini mengidentifikasikan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Tingkat hunian kamar HARRIS Hotel Batam Center pada Juli 2022 - Juli 2023 mengalami fluktuasi
2. *Brand image* hotel mendapatkan sorotan dari tamu terkait *image* hotel yang ditampilkan tidak konsisten dengan nilai-nilai inti hotel khususnya dalam suasana ceria yang harus dibangun oleh karyawan.
3. Fasilitas yang belum memenuhi harapan tamu

C. Batasan Masalah

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian dan untuk memperjelas tujuan penelitian, penulis merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. *Brand Image*
2. Fasilitas
3. Keputusan menginap
4. Pengaruh *Brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana *brand image* di HARRIS Hotel Batam Center ?
2. Bagaimana fasilitas di HARRIS Hotel Batam Center ?
3. Bagaimana tingkat hunian kamar di HARRIS Hotel Batam Center ?
4. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center ?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap di HARRIS Hotel Batam Center ?
6. Bagaimana pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

- a. Mendeskripsikan tentang *brand image* di HARRIS Hotel Batam Center
- b. Mendeskripsikan tentang fasilitas di HARRIS Hotel Batam Center
- c. Mendeskripsikan tentang keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center
- d. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center ?
- e. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center
- f. Menganalisis pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan bermanfaat bagi semua pihak antara lain :

1. Bagi HARRIS Hotel Batam Center

Diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen HARRIS Hotel Batam Center, mengenai citra yang harus dibangun oleh hotel dan fasilitas yang disediakan agar lebih banyak tamu yang memutuskan untuk menginap di hotel ini.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

- a. Menambah, memperkaya penelitian, dan menjadi referensi untuk fakultas pariwisata dan perhotelan khususnya D4 manajemen perhotelan.

- b. Dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan pertimbangan yang akan melakukan penelitian serta menambah khasanah penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya program studi D4 manajemen perhotelan tentang pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di HARRIS Hotel Batam Center.
3. Bagi Peneliti Lain
- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi, sumbangan ilmiah dan masukan pengembangan ilmu dibidang hotel yang ingin membahas mengenai *brand image* dan fasilitas hotel.
 - b. Dapat dijadikan sebagai penelitian relevan
4. Bagi Penulis
- a. Dapat mengaplikasikan teori yang didapat di perkuliahan untuk dipraktikkan dalam penelitian
 - b. Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana sains terapan (S.ST)