

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR DI HOTEL AMARIS
MUARO BUNGO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang. Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)



**DISUSUN OLEH:
SILPIA DWI NINGSIH
19135274/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

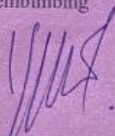
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL AMARIS MUARO BUNGO

Nama : Silpia Dwi Ningsih
NIM/BP : 19135274/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

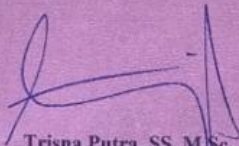
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abrian, SE., M.M
NIP. 198210022008121002

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

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 *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
Nama : Silpia Dwi Ningsih
NIM/BP : 19135274/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

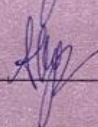
Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Youmil Abrian, SE.,M.M

1. 

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

2. 

3. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM

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 : Silpia Dwi Ningsih
NIM/TM : 19135274 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

"Pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo" 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

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

Silpia Dwi Ningsih
NIM. 19135274

ABSTRAK

Silpia Dwi Ningsih. 2023. Pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo.

Penelitian ini di latar belakang oleh faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil Keputusan Menginap, diantaranya adalah *brand image* dan *physical evidence*. Keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk dan jasa tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang dan jasa yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang tersebut berlomba-lomba meningkatkan kualitas yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek (*brand image*) serta bukti fisik (*physical evidence*) produk yang mereka miliki. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang pernah atau sedang menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo. Sampel pada penelitian ini berjumlah 329 responden yang menggunakan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *skala likert* yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif kuantitatif, uji asumsi (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas).

Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa variable *Brand Image* dan *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo. Kontribusi *Brand Image* (X1) dan *Physical Evidence* (X2) terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar (Y) adalah sebesar 64,1% sedangkan 35,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat pertolongan dan izin-Nya dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir dengan Judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muara Bungo”.

Dalam penyusunan Penelitian ini penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun demi kesempurnaan kertas karya ini. Dalam penulisan kertas karya ini, penulis mendapatkan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan tenaga dan pikiran sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
2. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr. Yuliana, SP.M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip., MM, selaku dosen penasihat akademik sekaligus selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.

6. Bapak Youmil Abrian, SE., M.M sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir.
7. Bapak Arif Adrian, S.E, M.SM selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. Dua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Bapak Sumarno dan Ibu Eldawati. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian, serta pengorbanan, cinta, doa, motivasi, semangat dan selalu sandaran terkuat saya dari kerasnya dunia. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih karena bapak dan ibu saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama agar selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
10. Adik saya Wahyu Revan Al-Hafidz, terimakasih karena sudah menjadi mood dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih karena kamu menjadi motivasi besar agar dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Eka Fitriani dan Sigi Wimawala terimakasih karena membersamai meniti pahitnya kehidupan hingga diusia saya sekarang. Terimakasih sudah selalu menguatkan disegala kondisi, saya persembahkan karya kecil ini untuk kalian.

12. Opita Novriyani terimakasih telah menjadi partner seperjuangan seminar proposal dan sidang skripsi yang banyak membantu serta saling mendukung, memberi semangat sehingga bisa menyelesaikannya bersama-sama dan terimakasih sudah tahan dengan semua sifat penulis, sudah menjadi saksi perjuangan penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Nurhayani dan Resti Irawan terimakasih karena telah membersamai penulis melewati suka dan duka selama penulisan skripsi ini, sudah baik kepada penulis dan memaklumi mood penulis, saling membantu, memotivasi, berjuang Bersama dan arahan serta semangat.
14. Pemilik username tiktok Sapillaut Terimakasih untuk telinga yang selalu mendengar keluhan penulis, selalu tabah melihat keputusan penulis, dan untuk tutur kata yang selalu meyakinkan penulis bahwa penulis tidak sendirian melalui ini. Sekali lagi, terimakasih untuk motivasi, semangat, dan waktu yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.
15. Diri saya sendiri, Silpia Dwi Ningsih. Terimakasih sudah bertahan bahkan menerjang badai yang sangat hebat. Terimakasih untuk tidak menyerah dengan isi kepala yang terus meraung-raung. Pia, gaada satupun orang yang tau gimana beratnya perjuangan kamu untuk mencapai apa yang berhasil kamu capai sekarang. Terimakasih untuk tetap kuat dan selamat untuk tambahan 3 huruf di belakang nama ini. Ayo diri, lanjutkan dengan petualangan yang lebih seru lagi. Masih banyak cobaan yang harus dicobain.

16. Pihak Hotel Amaris Muaro Bungo yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Sahabat dan Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2019 yang sudah memberi dorongan serta motivasi kepada penulis.

Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan waktu serta pengalaman yang dimiliki. Dan berharap tugas akhir ini dapat menjadi bahan pengetahuan yang bermanfaat dan menambah wawasan untuk masa yang akan datang.

Padang, Agustus 2023

Silpia Dwi Ningsih

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI.....	15
A. Aspek-Aspek Teoritis.....	15
B. Kerangka Konseptual	24
C. Hipotesis.....	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26

C. Variabel Penelitian	26
D. Defenisi Operasional Variabel	27
E. Populasi dan Sampel Penelitian	28
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Instrumen Penelitian.....	32
H. Uji Instrumen.....	33
I. Teknik Analisis Data.....	37
J. Uji Persyaratan Analisis	39
K. Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian	43
B. PEMBAHASAN	75
BAB V.....	83
PENUTUP.....	83
A. KESIMPULAN.....	83
B. SARAN	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hotel Amaris Muaro Bungo	3
Gambar 2. Ulasan tamu hotel Amaris muaro bungo	6
Gambar 3. Ulasan tamu hotel Amaris muaro bungo	6
Gambar 4. Wawancara Secara Langsung.....	7
Gambar 5. Ulasan tamu hotel Amaris Muaro Bungo.....	8
Gambar 6. Parkiran Hotel Amaris Muaro Bungo	10
Gambar 7. Kerangka Konseptual	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah <i>Occupancy</i> Tamu Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo Periode September-February 2023	4
Tabel 2. <i>Cancellation Reservation</i> September-Februari 2023	5
Tabel 3. Jumlah Tamu Yang Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo Periode (September-Februari 2023)	29
Tabel 4. Pilihan Jawaban Skala Likert	33
Tabel 5. Hasil Uji Coba Validitas	34
Tabel 6. Reliabilitas <i>Brand Image</i> X1.....	36
Tabel 7. Reliabilitas <i>Physical Evidence</i> X2	36
Tabel 8. Reliabilitas Keputusan Pembelian Jasa Kamar Y	37
Tabel 9. Kategori Interpretasi Skor Interval	39
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 13. Karakteristik Responden Jumlah Berkunjung.....	46
Tabel 14. <i>Brand Image</i>	47
Tabel 15. Indikator <i>Coorporate Image</i>	48
Tabel 16. Indikator <i>User Image</i>	50
Tabel 17. Indikator <i>Product Image</i>	51
Tabel 18. <i>Physical Evidence</i>	52
Tabel 19. Indikator Fasilitas Fisik.....	54
Tabel 20. Indikator Pegawai.....	55
Tabel 21. Indikator Sarana Komunikasi.....	56

Tabel 22. Indikator Lingkungan.....	58
Tabel 23. Indikator Tata Letak.....	59
Tabel 24. Keputusan Pembelian	61
Tabel 25. Indikator Pengenalan Kebutuhan	62
Tabel 26. Indikator Pencarian Informasi.....	63
Tabel 27. Indikator Evaluasi Alternatif.....	65
Tabel 28. Indikator Keputusan Membeli.....	66
Tabel 29. Indikator Pasca Pembelian	68
Tabel 30. Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 31. Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 32. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 33. Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 34. Hasil Uji Regresi Linear Berganda F.....	73
Tabel 35. Hasil Uji Regresi Linear Berganda T.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba	90
Lampiran 2. Tabulasi Instrumen Uji Coba.....	99
Lampiran 3. Uji Coba Validitas dan Reabilitas Brand Image X1	101
Lampiran 4. Uji Coba Validitas dan Reabilitas Physical Evidence X2	103
Lampiran 5. Uji Coba Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian Y	106
Lampiran 6. Tabulasi Instrumen	110
Lampiran 7. Surat Izin Penelitian	122
Lampiran 8. Surat Balasan Penelitian	123
Lampiran 9. Dokumentasi Pribadi	124

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi dewasa ini, sektor perekonomian suatu negara akan selalu berkembang, salah satu sektor perekonomian yang terus berkembang dan memberikan kontribusi yang besar dalam memajukan kondisi ekonomi suatu negara adalah sektor pariwisata. Pariwisata menurut Utama (2017:20) adalah “kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha pariwisata dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut”. Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, kegiatan pariwisata banyak dinikmati oleh masyarakat. Hampir semua negara telah mengakui bahwa pariwisata saat ini menjadi sektor unggulan di berbagai negara, baik negara berkembang negara sedang berkembang ataupun negara maju. Selain itu pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang mempunyai manfaat ganda (*multiplier effect*) bagi semua sektor pembangunan. Putra, dkk (2017).

Industri perhotelan merupakan salah satu bagian dari industri pariwisata yang menyediakan produk atau jasa kepada konsumen yang berada jauh dari rumah atau sedang melakukan sebuah perjalanan. Menurut *American Hotel dan Motel Assosiation (AHMA)* dalam Sumarsono (2014:12) hotel didefinisikan “sebagai suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman serta pelayanan lainnya untuk disewakan kepada konsumen yang tinggal untuk sementara waktu.” “berdasarkan fasilitas dan persyaratannya, hotel dapat

digolongkan menjadi lima tingkat yaitu, hotel berbintang dua (**), hotel berbintang tiga (***), hotel berbintang empat (****), dan hotel berbintang lima (*****)" (Chair dan Pramudia , 2017:11).

Menurut Kotler (2012:190), "Keputusan Pembelian ialah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli, keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang dilakukan pihak pemasar". Menurut Kotler & Ketler (2016:195) indikator keputusan pembelian antara lain: 1). Pengenalan kebutuhan, 2). Pencarian informasi, 3). Evaluasi alternatif, 4). Keputusan pembelian, 5). Perilaku pasca pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2010:483) menyatakan keputusan pembelian sebagai tindakan yang dilakukan oleh konsumen dengan membuat keputusan.

Muaro Bungo sendiri merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jambi, kabupaten ini adalah hasil dari pemekaran kabupaten Bungo Tebo pada tanggal 12 oktober 1999. Kota ini dikenal Kota Otomotif, daya Tarik itulah yang memikat para pengunjung sehingga mereka mengenali Muaro Bungo karena keberadaan Kota Otomotif. Sehingga secara otomatis mempunyai beberapa jenis hotel yang digunakan bagi orang yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau sekedar transit maupun yang sedang melakukan perjalanan jauh.



Gambar 1 Hotel Amaris Muaro Bungo

Sumber: HRD Hotel Amaris Muaro Bungo, 2023

Hotel Amaris Muaro Bungo merupakan salah satu hotel berbintang dua (**) di Muara Bungo. Hotel ini beralamatkan di Jalan Sultan Thaha No.103, Bungo Timur, Kec. Ps. Muaro Bungo, Muaro Bungo, Jambi. Hotel Amaris Muaro Bungo berada di Kawasan bisnis dan wisata di Kota Bungo. Hotel Amaris sendiri adalah salah satu hotel yang termasuk dalam Grup Santika. Hotel yang pertama didirikan pada tahun 2007 ini dikenal dengan konsep *bed & breakfastnya*, serta bangunannya yang *echic* dan *colorfull*. Amaris Hotel merupakan salah satu hotel budget terbaik di Indonesia. Bahkan pada tahun 2014, Amaris mendapatkan penghargaan sebagai the best budget hotel dalam ajang Indonesia MICE Award 2014. Penghargaan ini didapat setelah Majalah *Venue* melakukan survey dan wawancara kepada 250 koresponden terpilih. Sebagai salah satu Hotel di bawah naungan Santika Indonesia, Hotel Amaris Muaro Bungo dibawah manajemen langsung dari Santika Indonesia, setiap unit menjalankan sesuia arahan dari Santika Group dengan menyesuaikan kebutuhan masing-masing unit hotel. hal itu dapat dilihat dari pakaian karyawan yang di gunakan, konsep hotel yang berbeda dengan santika dan harga. Hotel Amaris Muaro

Bungo sendiri memiliki beberapa fasilitas diantaranya 99 kamar yang terdiri dari dua tipe kamar yaitu *standard room* dan *family room* serta beberapa fasilitas umum seperti kolam renang, *ballroom*, internet dan area parkir. Selain itu Hotel Amaris Muaro Bungo juga terletak di lokasi yang strategis dan berada di pusat kota serta akses menuju ke hotel yang sangat mudah menjadi daya tarik sendiri bagi tamu untuk menginap di hotel ini. Sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan dan keputusan pembelian di Hotel Amaris Muaro Bungo.

Tabel 1. Jumlah *Occupancy* Tamu Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo Periode September-February 2023

No	Bulan	Occupancy
1.	September	55.27%
2.	Oktober	82%
3.	November	62%
4.	Desember	64.64%
5.	Januari	45%
6.	Februari	67.31%

(Sumber: *Front Office Departmen*, 2023)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa tingkat *occupancy* tamu menginap mengalami naik turun selama bulan September - Februari 2023, penurunan drastis terjadi pada bulan Januari 2023 yaitu 45% sedangkan jumlah tingkat *occupancy* paling tinggi terjadi di bulan oktober 2022 yaitu 82%. Banyak hal yang

mempengaruhi maju mundur nya suatu usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana cara pihak hotel menarik dan mempertahankan tamu untuk menginap di hotelnya.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan *Front Office* dan *Human Resources Department* Hotel Amaris Muaro Bungo dan menemukan permasalahan mengenai banyaknya tamu yang melakukan *cancel reservation* pada setiap bulannya dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. *Cancelation Reservation* September-Februari 2023

No	Bulan	Jumlah Pembatalan Reservasi
1.	September	67
2.	Oktober	89
3.	November	71
4.	Desember	104
5.	Januari	36
6.	Februari	56

Sumber: Front Office Departemen, 2023

Dari data diatas dapat dilihat jumlah pembatalan reservasi yang dilakukan oleh tamu dari bulan September hingga Februari 2022, dan jumlah pembatalan reservasi paling banyak terjadi pada bulan Januari 2023.



Gambar 2. Ulasan tamu hotel Amaris muaro bungo
Sumber: Traveloka.com, 2022



Gambar 3. Ulasan tamu hotel Amaris muaro bungo
Sumber: Google, 2023

Selanjutnya berdasarkan ulasan tamu diatas, adanya tamu yang kecewa dengan fasilitas yang di berikan oleh Hotel Amaris Muaro Bungo karena tidak seperti hotel dengan standar nasional seperti Amaris pada umumnya. Permasalahan selanjutnya yaitu, peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa orang yang ada di Muaro Bungo terkait hotel amaris, tetapi banyak yang tidak mengetahui *brand* dari Amaris itu sendiri padahal letak hotel Amaris Muaro Bungo ini bisa dikatakan sangat strategis dan berada di pusat kota dan peneliti juga melakukan wawancara langsung terhadap beberapa tamu dan beberapa diantaranya mengeluhkan tentang fasilitas dan pelayanan yang di berikan Hotel Amaris Muara Bungo cukup buruk sehingga memberikan kesan dan cerminan yang ada di pikiran tamu menjadi negatif.



Gambar 4. Wawancara Secara Langsung

Sumber: dokumentasi pribadi 2023

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian, diantaranya adalah *brand image* dan *physical evidence*. Keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk dan jasa tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang dan jasa yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang

tersebut berlomba-lomba meningkatkan kualitas yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek (*brand image*) serta bukti fisik (*physical evidence*) produk yang mereka miliki. Merek dan bukti fisik yang unik mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya.

Peter & Olson (dalam Lutiary Eka Ratri, 2007: 47) Citra merek (*brand image*) didefinisikan sebagai persepsi konsumen dan terhadap merek, sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Meskipun asosiasi merek dapat terjadi dalam berbagai macam bentuk tapi dapat dibedakan menjadi asosiasi performansi yang berhubungan dengan atribut dan kelebihan merek. Hotel Amaris sendiri memiliki citra merek yang cukup dikenal oleh masyarakat karena *brand* Amaris ini merupakan salah satu hotel di bawah naungan santika Indonesia. Namun pada hotel Amaris Muara Bungo sendiri, tamu mengeluhkan tentang fasilitas yang ada karena beranggapan bahwa hotel Amaris yang ada di Muara Bungo tidak seperti hotel Amaris lainnya.



Gambar 5. Ulasan tamu hotel Amaris Muaro Bungo
Sumber: Traveloka.com

Selain itu sarana dan prasarana juga membuat konsumen mempertimbangkan dalam mencari produk. Oleh karena itu banyak perusahaan yang berusaha menyiapkan sarana dan prasana selengkap mungkin dan lebih baik dibanding dengan pesaing. Tidak semua perusahaan mampu menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Hal ini sangat tergantung dari kemampuan perusahaan tersebut. Hal terpenting adalah hendaknya sarana dan prasarana yang dimiliki lengkap, sekalipun kurang sempurna sehingga apa yang diharapkan pelanggan terpenuhi. Menurut Lupiyoadi (2019) menjelaskan bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. selain itu lingkungan fisik akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan tampilan dalam (*interior*) yang unik sistem pencahayaan (*lighting system*) yang menarik perhatian konsumen, dan lain sebagainya. Perusahaan tentu akan mempengaruhi perasaan (*mood*) pengunjung. Pada hotel Amaris Muaro Bungo sendiri memiliki tampilan *interior* yang menarik, akan tetapi hotel Amaris Muara Bungo ini memiliki parkir yang sempit sehingga membuat pengunjung kesusahan dalam memarkirkan kendaraan mereka.



Gambar 6. Parkiran Hotel Amaris Muaro Bungo
Sumber: Dokumnetasi Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil penelitian Rachel Novia Atan (2021), yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Serta *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Menginap Pada Swiss-Belhotel Borneo di Samarinda” menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan sehingga perusahaan diharapkan memperhatikan bahwa budaya *brand image* memang penting adanya seperti yang telah di cantumkan pada landasan teori, bahwasanya menurut Kotler (2009), menyampaikan bahwa citra terhadap produk atau jasa berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu produk. Konsumen dengan citra positif terhadap suatu produk, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Semakin baik citra suatu merek, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan Mia Erisha (2016) tentang bagaimana pengaruh *physical evidence* yang berjudul “Pengaruh Kinerja *People* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Kampung Sumber Alam Garut” menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh cukup signifikan terhadap keputusan menginap.

Sebagaimana mestinya pada hotel berbintang, Hotel Amaris Muaro Bungo juga memiliki *Physical Evidence* yang baik serta memiliki *brand image* yang cukup dikenal oleh masyarakat terutama yang sering melakukan perjalanan jauh. Disini, penulis ingin mengetahui apakah *Brand Image* dan *Physical Evidence* yang dimiliki oleh Amaris Muaro Bungo dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap Hotel Amaris Muaro Bungo.

Berdasarkan beberapa paparan masalah tersebut, dapat dilihat urgensi dari penelitian ini sehingga dapat mengetahui seberapa berpengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* terhadap keputusan pembelian. Dari uraian permasalahan diatas peneliti tertarik mengangkat judul penelitian tentang **“Pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan dapat diperoleh identifikasi masalah, sebagai berikut:

1. *Occupancy* yang tidak stabil 6 bulan terakhir, khususnya pada masa periode *high season*.
2. Adanya pembatalan reservasi yang dilakukan oleh tamu.
3. Adanya tamu yang membandingkan fasilitas yang di berikan hotel Amaris Muaro Bungo dengan hotel Amaris lainnya.

4. Banyak tamu yang tidak mengetahui hotel Amaris yang ada di Muaro Bungo merupakan salah satu hotel dengan *Brand* yang cukup terkenal.
5. Adanya keluhan tamu tentang pelayanan yang buruk yang diberikan oleh Hotel Amaris Muaro Bungo.
6. Fasilitas kurang nyaman di hotel Amaris Muaro Bungo seperti tempat parkir yang kurang memadai.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah yaitu “Pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *Brand Image* Hotel Amaris Muaro Bungo
2. Bagaimana *Physical Evidence* Hotel Amaris Muaro Bungo
3. Bagaimana keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
4. Apakah terdapat pengaruh *Brand Image* dan *Physical Evidence* terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
5. Seberapa besar pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo

6. Seberapa besar pengaruh *Physical Evidence* terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh *brand image* dan *physical evidence* terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *brand image* di Hotel Amaris Muaro Bungo
- b. Mendeskripsikan *physical evidence* di Hotel Amaris Muaro Bungo
- c. Mendeskripsikan tentang keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
- d. Untuk menganalisis apakah *Brand Image* dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
- e. Untuk menganalisis apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo
- f. Untuk menganalisis apakah *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan Keputusan Menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo

F. Manfaat Penelitian

Melalui ini penulis berharap dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi setiap pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Hotel Amaris Muaro Bungo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk menjadi pertimbangan manajemen perusahaan, khususnya mengenai *brand image* dan *physical evidence* dalam keputusan menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan sebagai referensi sekiranya dibutuhkan untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil Penelitian ini dapat menjadi acuan pada peneliti berikutnya terutama mengenai pengaruh *brand image* dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Amaris Muaro Bungo.

4. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk proposal penelitian skripsi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (SST).