

## BAB IV HASIL PENELITIAN

### 4.1. Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Analisis deskriptif adalah analisis yang menjelaskan kualitas responden dan jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner untuk masing-masing variabel. Jawaban responden di peroleh dari besarnya interval kelas mean, lalu dibuat rentang skala, sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap variabel yang dipertanyakan. Contoh rentang skala mean tersebut ditunjukkan sebagai berikut :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan hasil interval kelas 0,8, maka dapat disimpulkan kriteria rata-rata jawaban responden adalah :

- 1,00 - < 1,80 = Sangat tidaksetuju
- 1.80 - < 2,60 = TidakSetuju
- 2,60 - < 3,40 = Ragu-Ragu
- 3,40 - < 4,20 = Setuju
- 4,20 - < 5,00 = Sangat setuju

Skala mean bertujuan memberikan penilaian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner.

Analisis deskriptif untuk variabel dalam penelitian ini yaitu Harga ( $X_1$ ), Lokasi( $X_2$ ), Servicescape ( $X_3$ ), dan Keputusan Menginap(Y) ditunjukkan pada tabel distribusi frekuensi sebagai berikut:

### 4.2. Analisis Deskriptif Variabel Harga ( $X_1$ )

Variabel Harga ( $X_1$ ) merupakan salah satu variabel bebas dengan 4 pernyataan yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Harga ( $X_1$ )**

No	Pernyataan	Mean	Std.Dev
1	Harga merupakan faktor terpenting dalam menetapkan pilihan	3.3172	0.607
2	Harga sewa Pop! Hotel di Surabaya terjangkau	3.4069	0.611
3	Harga Pop! Hotel di Surabaya yang dapat bersaing dengan Hotel lain.	3.3034	0.504
4	Harga Pop! Hotel di Surabaya sesuai dengan kualitas yang saya rasakan	3.5448	0.545
<b>Mean Keseluruhan Variabel Harga (<math>X_1</math>)</b>		<b>3.393</b>	<b>0.567</b>

Sumber: Lampiran 3, Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa pada variabel Harga, mayoritas responden menyatakan Setuju pada pernyataan "Harga Pop! Hotel di Surabaya sesuai dengan kualitas yang saya rasakan" dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi yang sama yaitu sebesar 3,5448. Sedangkan secara keseluruhan variabel Harga mendapat nilai rata-rata 3,393. dengan mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 290 responden rata-rata memberikan jawaban kuesioner "Ragu-Ragu" (dalam interval kelas 2,60 - < 3,40).

#### 4.3. Variabel Lokasi ( $X_2$ )

Variabel Lokasi ( $X_2$ ) merupakan salah satu variabel bebas dengan 5 pernyataan yang ditunjukkan pada Tabel 4.2 sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi ( $X_2$ )**

No	Pernyataan	Mean	Std.Dev
1	Jalan menuju Hotel mudah dijangkau.	3.2379	0.672
2	Bangunan Hotel dapat mudah terlihat dari jarak pandang yang cukupjauh.	3.3241	0.627
3	Adanya kelancaran lalu lintas lokasi sekitar Hotel.	3.3517	0.706
4	Hotel menyediakan tempat parkir yang luas.	3.3828	0.722
5	Adanya empat wisata, kuliner, mini market, dan lain-lain yang mendukung keputusan menginap konsumen.	3.3172	0.693
<b>Mean Keseluruhan Variabel Lokasi (<math>X_2</math>)</b>		<b>3.323</b>	<b>0.684</b>

Sumber: Lampiran 3, Data Diolah

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada variabel Lokasi mayoritas responden menyatakan "Hotel menyediakan tempat parkir yang luas" dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,3828 yang artinya responden memberikan nilai ragu-ragu. Secara keseluruhan variabel Lokasi mendapat nilai rata-rata 3,323. Mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 290 responden rata-rata memberikan jawaban kuesioner "ragu-ragu atau kurang setuju" (dalam interval kelas 2,60 - < 3,40).

#### 4.4. Variabel Nilai Servicescape ( $X_3$ )

Variabel Nilai Servicescape ( $X_3$ ) merupakan salah satu variabel bebas dengan 16 pernyataan yang ditunjukkan pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Servicescape ( $X_3$ )**

No	Pernyataan	Mean	Std.Dev
1	Latar belakang music sesuai dengan tema Hotel	3.345	0.616
2	Pencahayaan ruangan Hotel membuat saya merasa nyaman	3.445	0.616
3	Temperatur Hotel membuat saya merasa nyaman	3.431	0.620
4	Kualitas udara di dalam hotel bagus	3.434	0.586
5	Kondisi lingkungan Hotel secara keseluruhan membuat saya merasa nyaman	3.459	0.576
6	Susunan ruangan bangunan hotel mudah untuk mengakses kamar	3.428	0.603
7	Susunan ruangan bangunan hotel mudah untuk mengakses toilet	3.517	0.702
8	Susunan ruangan bangunan hotel mudah untuk mengakses tempat parkir	3.386	0.573
9	Susunan ruangan bangunan hotel mudah untuk mengakses lobby	3.486	0.577
10	Secara keseluruhan susunan bangunan ruangan hotel membuat saya lebih mudah menuju ketempat yang saya inginkan	3.489	0.613
11	Saya bisa menemukan tanda petunjuk di tiap ruangan (contoh: nomor kamar, arah lift, arah pintu	3.500	0.677

No	Pernyataan	Mean	Std.Dev
12	darurat) dengan mudah Hiasan dan dekorasi kamar sesuai dengan tema Hotel	3.472	0.623
13	Papan-papan petunjuk memberikan petunjuk yang benar	3.576	0.619
14	Tulisan pada papan petunjuk jelas dan mudah dimengerti	3.534	0.600
15	Papan petunjuk di dalam hotel cukup besar sehingga mudah dilihat secara jelas dari jarak yang cukup jauh	3.5586	0.556
16	Adanya papan petunjuk di lingkungan Hotel	3.297	0.618
<b>Mean Keseluruhan Variabel Servicescape (X<sub>3</sub>)</b>		<b>3.459</b>	<b>0.611</b>

Sumber: Lampiran 3 Data Diolah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada variabel Servicescape mayoritas responden menyatakan Papan-papan petunjuk memberikan petunjuk yang benar dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 3.576 yang artinya responden memberikan nilai Ragu-Ragu. Secara keseluruhan variabel Servicescape mendapat nilai rata-rata 3,459. Dengan melihat hasil tersebut, maka mayoritas dari 290 responden rata-rata memberikan jawaban kuesioner setuju (dalam interval kelas 3,40 - < 4,20).

#### 4.5 Analisis Deskriptif Keputusan Menginap (Y)

Variabel Keputusan Menginap (Y) yang merupakan variabel tak bebas dengan 4 pernyataan yang ditunjukkan pada Tabel 4.4 sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Menginap (Y)**

No	Pernyataan	Mean	Std.Dev
1	Frekuensi Anda menginap di Pop! Hotel di Surabaya	3.724	0.564
2	Saya merasa puas akan kualitas pelayanan Hotel Pop! Hotel di Surabaya yang diberikan sesuai harapan	3.772	0.787
3	Fasilitas Hotel Pop! Hotel di Surabaya sesuai dengan standar Hotel Bintang	3.941	0.611
4	Saya merasa nyaman menginap di Hotel Pop! Hotel di Surabaya, enggan berpindah ketempat lain.	3.583	0.726
<b>Mean Keseluruhan Variabel Keputusan Menginap (Y)</b>		<b>3.755</b>	<b>0.672</b>

Sumber: Lampiran 3, Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 4 pernyataan pada variabel Keputusan Menginap mayoritas responden menyatakan Setuju pada pernyataan Fasilitas Hotel Pop! Hotel di Surabaya sesuai dengan standar Hotel Bintang dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,941. Sedangkan variabel Keputusan Menginap mendapat nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,755. Dengan

mengamati hasil tersebut, maka mayoritas dari 290 responden rata-rata memberikan jawaban kuesioner Setuju (dalam interval kelas 3,40 - < 4,20).

#### 4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur benar atau tidaknya kuisione tersebut. Pengujian validitas dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi. Dalam hal ini, mempermudah analisis dengan menggunakan alat komputer progam SPSS. Hasil analisis yaitu nilai sig dibandingkan dengan taraf signifikan sebesar 0,05.

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	KoefisienKorelasi	sig	Kesimpulan
Harga (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0.752	0.000	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0.800	0.000	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0.680	0.000	Valid
	X <sub>1,4</sub>	0.612	0.000	Valid
Lokasi (X <sub>2</sub> )	X <sub>2,1</sub>	0.669	0.000	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0.824	0.000	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0.820	0.000	Valid
	X <sub>2,4</sub>	0.791	0.000	Valid
	X <sub>2,5</sub>	0.751	0.000	Valid
Servicescape (X <sub>3</sub> )	X <sub>3,1</sub>	0.642	0.000	Valid
	X <sub>3,2</sub>	0.611	0.000	Valid
	X <sub>3,3</sub>	0.679	0.000	Valid
	X <sub>3,4</sub>	0.709	0.000	Valid
	X <sub>3,5</sub>	0.572	0.000	Valid
	X <sub>3,6</sub>	0.665	0.000	Valid
	X <sub>3,7</sub>	0.493	0.000	Valid
	X <sub>3,8</sub>	0.448	0.000	Valid
	X <sub>3,9</sub>	0.488	0.000	Valid
	X <sub>3,10</sub>	0.567	0.000	Valid
	X <sub>3,11</sub>	0.711	0.000	Valid
	X <sub>3,12</sub>	0.721	0.000	Valid
	X <sub>3,13</sub>	0.437	0.000	Valid
	X <sub>3,14</sub>	0.416	0.000	Valid
	X <sub>3,15</sub>	0.445	0.000	Valid
	X <sub>3,16</sub>	0.529	0.000	Valid
Keputusan	Y <sub>1</sub>	0.658	0.000	Valid

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	sig	Kesimpulan
Mengingat (Y)	Y <sub>2</sub>	0.846	0.000	Valid
	Y <sub>3</sub>	0.819	0.000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0.857	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 4, Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variable bebas maupun variable terikat menunjukkan valid, karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 sehingga dinyatakan bahwa semua variable penelitian telah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas konstruk dilakukan untuk mengukur konstruk tersebut handal atau tidak (Ghozali, 2016:45). Dikatakan reliable jika Cronbach Alpha > 0,6 dan Cronbach alfa < Cronbach alfa if item deleted. Berikut hasil pengujian reliabilitas:

**Tabel 4.6**

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Kesimpulan
Harga (X <sub>1</sub> )	0.678	0.6	Reliabel
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0.828	0.6	Reliabel
Servicescape (X <sub>3</sub> )	0.863	0.6	Reliabel
Kinerja (Y)	0.808	0.6	Reliabel

Sumber: Lampiran 5, Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas semua indicator dari variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan reliable, karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan bahwa semua indicator telah Reliabel.

## 4.7. Analisis Data

### 4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Regresi linier berganda, sehingga hasil perhitungan dengan menggunakan alat program komputer SPSS, dan diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.7**

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No .	Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t <sub>hitung</sub>	Sig
1.	Konstan	-0,415	0,198		
2.	Harga (X <sub>1</sub> )	0,208	0,059	3,540	0,000
3.	Lokasi (X <sub>2</sub> )	0,339	0,049	6,908	0,000
4.	Servicescape (X <sub>3</sub> )	0,675	0,077	8,762	0,000

Sumber : Lampiran 6, Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,415 + 0,208 X_1 + 0,339 X_2 + 0,675 X_3 + e$$

Interpretasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Dari nilai perolehan persamaan model regresi linear berganda diketahui bahwa seluruh variable bebas menunjukkan nilai koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya arah hubungan searah dari variable bebas yang terdiri dari Harga, Lokasi dan Servicescape terhadap Keputusan Menginap sebesar -0,415, dengan asumsi variabel lain konstan.
2. Nilai koefisien Harga sebesar 0,208 menunjukkan bahwa jika Harga meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Menginap sebesar 0,208 dan sebaliknya apa bila Harga menurun satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan Keputusan Menginap sebesar 0,208, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien Lokasi sebesar 0,339 menunjukkan bahwa jika Lokasi meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Menginap sebesar 0,339 dan sebaliknya apa bila Lokasi menurun satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan Keputusan Menginap sebesar 0,339, dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Nilai koefisien Servicescape sebesar 0,675 menunjukkan bahwa jika Servicescape meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Menginap sebesar 0,675 dan sebaliknya apa bila Servicescape menurun satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan Keputusan Menginap 0,675, dengan asumsi variabel lain konstan.
5. E menunjukkan faktor pengganggu di luar model yang diteliti.

#### 4.8. Analisis Pengujian Hipotesis

##### 4.8.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Berikut ini merupakan pengujian hipotesis koefisien regresi secara serempak.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Perhitungan Uji F**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,967	3	18,322	178,995	0,000
	Residual	29,276	286	0,102		
	Total	84,242	289			

Sumber : Lampiran 6, Data Diolah

Langkah-langkah pengujian:

$$1. H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

Artinya, variabel bebas (Harga, Lokasi, dan Servicescape) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Menginap).

$$2. H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$$

Artinya, variabel bebas (Harga, Lokasi, dan Servicescape) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Menginap).

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu:

- a. Bila sig. uji F  $< \alpha$  (5%), maka  $H_0$  ditolak.
- b. Bila sig. uji F  $> \alpha$  (5%), maka  $H_0$  diterima.



2. Sig. uji F = 0.000

Diketahui bahwa besarnya nilai Sig. uji F = 0,000, sehingga nilai sig. uji F  $< \alpha$  (5%) yang berarti tolak  $H_0$  atau dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) variabel bebas yaitu Harga, Lokasi, dan Servicescape berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Menginap.

#### 4.8.2 Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat signifikan sipengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Uji t**

Variabel	Uji t	
	t	Sig
Harga ( $X_1$ )	3,540	0,000
Lokasi ( $X_2$ )	6,908	0,000
Servicescape ( $X_3$ )	8,762	0,000

Sumber : Lampiran 6, Data Diolah

Berdasarkan dari Tabel 4.9, diatas didapatkan hasil pengujian sebagai berikut:

1. Uji Parsial antara variabel Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menginap (Y)
  - a.  $H_0 : \beta_1 = 0$  (Artinya, variabel Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menginap).
  - b.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$  (Artinya, variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menginap).

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien regresi variable Harga sebesar 0,208 dan nilai t hitung sebesar 3,540 dengan nilai signifikansi 0.000. Angka signifikansi uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada  $\alpha$  sebesar 5% maka  $H_0$  ditolak sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Harga mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Menginap. Arah pengaruh Harga terhadap Keputusan Menginap adalah positif, dengan demikian semakin tinggi persepsi Harga akan semakin tinggi Keputusan Menginap dan sebaliknya semakin rendah persepsi Harga akan semakin rendah Keputusan Menginap.

2. Uji Parsial antara variabel Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menginap(Y)
  - a.  $H_0 : \beta_2 = 0$  (Artinya, variabel Lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menginap).
  - b.  $H_1 : \beta_2 \neq 0$  (Artinya, variabel Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menginap).

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien regresi variable Lokasi sebesar 0,339 dan nilai t hitung sebesar 6,908 dengan nilai signifikansi 0,000. Angka signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari pada  $\alpha$  sebesar 5% maka  $H_0$  ditolak sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Lokasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap. Arah pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menginap adalah positif, dengan demikian semakin tinggi Lokasi akan semakin tinggi juga Keputusan Menginap dan sebaliknya semakin rendah Lokasi akan juga semakin rendah Keputusan Menginap.

3. Uji Parsial antara variabel Servicescape ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Mengingat(Y)
- $H_0 : \beta_3 = 0$  (Artinya, variabel Servicescape tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mengingat).
  - $H_1 : \beta_3 \neq 0$  (Artinya, variabel Servicescape memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mengingat).

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien regresi variabel Servicescape sebesar 0,675 dan nilai t hitung sebesar 8,762 dengan nilai signifikansi 0,000. Angka signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil daripada  $\alpha$  sebesar 5% maka  $H_0$  ditolak sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Servicescape mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Mengingat. Arah pengaruh Servicescape terhadap Keputusan Mengingat adalah positif, dengan demikian semakin tinggi Servicescape akan semakin tinggi pula Keputusan Mengingat dan sebaliknya semakin rendah Servicescape akan semakin rendah pula Keputusan Mengingat.

#### 4.9. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Tabel 4.10

Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	0,808	0,652	0,649	0,31994

Sumber: Lampiran 6, Data diolah

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Servicescape ( $X_3$ )) dengan variabel tak bebas Keputusan Mengingat (Y), besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,808. Nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat yaitu variabel Keputusan Mengingat. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai  $R^2 = 0,652$  yang berarti bahwa sebesar 65,2% Keputusan Mengingat dapat dijelaskan oleh variabel Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Servicescape ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

#### 4.10. Pembahasan

##### 4.10.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mengingat

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mengingat dengan nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha$ ) 0,05. Pengaruh kedua variabel menunjukkan hubungan yang positif atau memiliki hubungan searah yang dapat diartikan apabila harga meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Mengingat.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini menemukan pengaruh signifikan dan positif Harga dengan Keputusan Mengingat yang membuktikan hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi "Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya", dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Katemung, Kojo, dan Rumokoy (2018) menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Artinya setiap perubahan keputusan menginap dipengaruhi oleh harga.



#### 4.11. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa Lokasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap dengan nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha$ ) 0,05. Hubungan kedua variable menunjukkan hubungan yang positif atau memiliki hubungan searah yang dapat diartikan apa bila Lokasi meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Menginap.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini menemukan pengaruh signifikan dan positif Lokasi dengan Keputusan Menginap yang membuktikan hipotesis kedua dalam penelitian ini yang berbunyi “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya”, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Ali dan Simdani (2018) dimana lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menginap di Pohon Inn Hotel. Semakin strategis lokasi maka keputusan menginap konsumen semakin meningkat. Penelitian Katemung, Kojo, dan Rumokoy (2018) juga membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Artinya setiap perubahan keputusan menginap dipengaruhi oleh lokasi.

#### 4.12. Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa Servicescape memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap dengan nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha$ ) 0,05. Hubungan kedua variable menunjukkan hubungan yang positif atau memiliki hubungan searah yang dapat diartikan apabila Servicescape meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Menginap.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini menemukan pengaruh signifikan dan positif Servicescape dengan Keputusan Menginap yang membuktikan hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang berbunyi “*Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya”, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Ali dan Simdani (2018) menunjukkan bahwa *servicescape* dan keputusan menginap saling mempengaruhi, artinya semakin menarik *servicescape* maka akan semakin tinggi keputusan menginap konsumen. *Servicescape* merupakan hal yang penting karena dapat menimbulkan Keputusan Menginap konsumen.