

PENGARUH FASILITAS DAN VARIASI MENU BREAKFAST TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL GRAND CENTRAL MEDAN

Dewi Purnama Sari Panggabean¹; Dewi Shinta Wulandari Lubis²

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan^{1,2}

Email : panggabeandewipurnamasari@gmail.com¹;

dewishintawulandari83@gmail.com²

ABSTRAK

Fasilitas merupakan sesuatu yang penting untuk menarik pengunjung ke hotel, begitu juga dengan pilihan menu sarapan ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana fasilitas dan pilihan menu sarapan terhadap keputusan tamu memilih menginap di hotel Grand Central Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian merupakan tamu yang menginap di hotel Grand Central Medan dengan sampel sejumlah 373 orang. Saat memilih sampel, gunakan metode purposive sampling. Instrumen Instrumen survei yang digunakan adalah kuesioner berbasis skala *Likert*. Data dianalisis memakai aplikasi SPSS Versi 25 dan hasil disajikan dalam bentuk tabel. Hasil Penelitian dengan menggunakan uji hipotesis Regresi Linear Berganda. Didapati Uji t, fasilitas dan variasi menu *breakfast* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Dilanjutkan Uji F, variabel fasilitas dan variasi menu *breakfast* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Grand Central Medan. Nilai adjusted R square sebesar 0,571 atau 57,1% dengan tingkat keeratan korelasi yang cukup berarti. Hasilnya, dapat dikatakan bahwa variabel Fasilitas (X1), Menu Sarapan (X2), dan Kepuasan Pengunjung (Y) di Hotel Grand Central Medan saling mempengaruhi sebesar 57,1%. Faktor-faktor lain mempengaruhi 42,9% sisanya. Investigasi masa depan yang berusaha memahami aspek-aspek yang dipertimbangkan pembeli sebelum melakukan pembelian harus mempertimbangkan faktor-faktor yang tidak tercakup dalam analisis ini.

Kata kunci : Fasilitas; Variasi Menu Breakfast; Keputusan Tamu Menginap

ABSTRACT

A hotel's amenities and breakfast menu selection play a big role in drawing customers in. The purpose of this study is to examine how the Grand Central Medan hotel's amenities and breakfast menu options affect visitors' decisions to book a room there. It is a quantitative descriptive research design that is being used. A sample of 373 visitors staying at the Grand Central Medan hotel made up the population under study. Make use of a purposive sampling strategy when choosing your sample size. A Likert scale-arranged questionnaire served as the instrument. Utilizing SPSS Version 25, the data was examined and tables with the results were displayed. Findings from the hypothesis testing of multiple linear regression research. The t test revealed that features and breakfast menu adjustments had a favorable and significant impact on the choice to remain overnight. According to the F test, guests' decisions to stay at the Grand Central Hotel Medan are influenced by both the facility variables and the breakfast menu modifications at the same time. At 0.571, or 57.1%, the adjusted R square value indicates a reasonably strong degree of correlation. Given this, it is

possible to state that the variables Facilities (X1), Breakfast Menu (X2) and Visitor Satisfaction (Y) at the Grand Central Hotel Medan have a 57.1% influence on each other. There are other factors influencing the remaining 42.9%. Variables not included in this study should be incorporated in future research targeted at understanding the characteristics that buyers assess when making a purchase.

Keywords : Amenities; Breakfast Menu Options; And Decisions Made By Visitors To Stay

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, industri pariwisata berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor perekonomian yang penting (Isdarmanto, 2020). Saat merencanakan perjalanan, hal terpenting adalah akomodasi. Hal ini merupakan titik awal yang menunjukkan pentingnya peran industri perhotelan dalam memberikan layanan yang memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan. Menurut Kotleri dan Keller, hotel merupakan bagian penting dalam industri pariwisata yang memastikan mereka memiliki tidur yang nyaman dan memuaskan untuk wisatawan (Sendow et al., 2023). Jika klien benar-benar bahagia, mereka akan kembali dan menyarankan kepada orang lain. serta menyebarkan informasi positif kepada keluarga dan temannya (Simanjuntak & Asnur, 2023). Perbuatan kebaikan ini berasal dari kepuasan pelanggan. Sebaliknya Ketidakpuasan cenderung menimbulkan efek negatif pada hotel..

Selain tidur, pihak hotel juga harus menyediakan kebutuhan yang diperlukan selama tamu menginap seperti makanan. Waktu makan meliputi sarapan, makan siang, dan makan malam. Menu terdiri dari daftar harga untuk setiap item dalam daftar, termasuk kartu, kertas, dan bahan lainnya untuk membuat menarik dan memfasilitasi pelanggan (Keliwar & Par, 2022). Menurut Kim dan Hall, sarapan adalah salah satu faktor penting yang secara negatif mempengaruhi kepuasan. pelanggan (Dewi et al., 2022). Variasi menu sarapan, termasuk variasi, kualitas, dan ketersediaan pilihan makanan, dapat menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan. Penelitian Smith dan Wang menunjukkan bahwa menu sarapan yang beragam dapat meningkatkan kepuasan tamu dan mempengaruhi keputusan Mereka akan check-in ke hotel yang sama lagi. (Priyanto, 2024). Menu sarapan di restoran disajikan langsung kepada tamu atau bergaya prasmanan, artinya tamu dapat mengambil sendiri makanannya sesuai keinginan, mulai dari food items such as sup, hidangan utama, and hidangan penutup, dan beverages (Sutanto & Indarwati, 2020). Variasi menu sesuai urutan kelompoknya. Makanan dalam suatu hidangan berbeda-beda setiap kali disajikan

(Andika & Purnamasari, 2024). Variasi menu sarapan pagi Dapat dinyatakan secara ringkas bahwa rasa dan tekstur makanan, serta jenis makanan dan ketersediaannya, mempengaruhi keinginan dan harapan tamu. (Wigati & Safitri, 2021). Hal ini dapat merangsang minat dan membuat pelanggan dengan mudah memilih dari berbagai pilihan menu sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga mereka dapat merasa puas dengan pilihan yang ditawarkan.

Faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam meningkatkan loyalitas pada pelanggan adalah fasilitas (Zulfa et al., 2022). Secara umum perbedaan antara perusahaan jasa yang satu dengan perusahaan jasa lainnya diukur dari sejauh mana perusahaan tersebut secara konsisten memberikan layanan, seperti fasilitas yang lebih berkualitas dibandingkan pesaing (Adhari, 2021). Pada hakikatnya fasilitas merupakan bentuk Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dibandingkan dengan prediksi kualitas layanan. Kepuasan pelanggan akan terjamin jika proses penyediaan layanan pelanggan sesuai dengan apa yang telah mereka informasikan. Ada banyak faktor yang berbeda, seperti subjektivitas perilaku penyedia layanan, masalah psikologis (perilaku konsumen dan penyedia), kondisi lingkungan eksternal, dll. seringkali mempunyai pengaruh, oleh karena itu layanan sering kali diberikan dengan cara yang berbeda dari cara konsumen memandangnya (Sumerta et al., 2023).

Hotel *Grand Central*, terletak di jantung kota perkotaan, telah menjadi pilihan populer di kalangan wisatawan dan pebisnis selama bertahun-tahun. Menurut situs resminya, *Hotel Grand Central* menawarkan banyak fasilitas modern, termasuk kamar yang nyaman, layanan kamar 24 jam, dan *Wi-Fi* gratis. Hotel ini juga terkenal menyajikan sarapan yang bervariasi dan memuaskan, mulai dari hidangan lokal hingga internasional (Lawrence, 2021). Menurut Sharma dan Mohan, *Grand Central Hotel* telah memenangkan beberapa penghargaan atas layanannya yang luar biasa, yang mencerminkan reputasinya yang kuat di industri perhotelan (Antonia, 2022). Karena lokasinya yang strategis dan layanan berkualitas tinggi, hotel ini berfungsi sebagai fokus utama studi. Selain itu, penelitian ini akan membantu Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melanjutkan di *Grand Central Hotel* terutama dari segi fasilitas dan variasi menu sarapan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hotel

Hotel adalah sebuah bangunan dengan banyak kamar yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan bagi orang yang melakukan perjalanan. Ini adalah bentuk akomodasi komersial, yang dirancang untuk menyediakan akomodasi dan layanan makanan bagi siapa pun yang membutuhkan (Salsabila, 2023). Perusahaan-perusahaan ini memainkan peran penting dalam industri pariwisata dengan menyediakan akomodasi yang nyaman dan layanan lainnya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan pelancong. Industri perhotelan juga mempunyai multiplier impact terhadap sektor Yang lain (makanan, penginapan, transportasi, hiburan, dll) membutuhkan investasi hotel yang dilakukan di banyak daerah yang memiliki potensi pariwisata agar dapat bersinergi dengan komponen lainnya (Supriadi, 2022).

Fasilitas

Fasilitas merujuk pada sumberdaya yang sudah tersedia sebelum layanan dapat diberikan (Majid et al., 2024). Pengelolaan fasilitas ini secara efektif sangat penting untuk menyediakan lingkungan yang nyaman dan memenuhi harapan pengguna layanan. Semakin besar skala operasional perusahaan maka semakin lengkap fasilitas dan fasilitas pendukungnya untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan wujud fasilitas terbagi atas fasilitas fisik yaitu suatu benda yang dapat dirasionalisasi dan memperlancar kegiatan, dan Fasilitas non-fisis adalah fasilitas yang tidak sepenuhnya buta tetapi tetap bisa diapresiasi seperti *Wi-Fi*, listrik dan air (Harahap et al., 2020). Menurut Tjiptono indikator fasilitas adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruang
3. Perlengkapan
4. Tata cahaya dan warna
5. Pesan ilustratif
6. Penunjang sarana dan prasarana. (Mulyantari, 2020)

Menu *Breakfast*

Breakfast hotel menurut Timo Fredirikus, Makanan yang disajikan di hotel untuk makanan para tamu, yang dimulai sekitar tengah hari dan berlangsung selama beberapa hari dengan pilihan hidangan yang beragam (Timo, 2021). Menginap di hotel akan semakin menyenangkan jika memiliki kesempatan untuk menyicipi menu-menu yang disajikan. Sarapan adalah salah satu waktu yang ideal untuk itu. Bagi para tamu

yang bermalam, hotel biasanya menawarkan pilihan makanan sarapan. Sarapan disediakan di hotel dalam gaya prasmanan, memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan makanan mereka sesuai dengan keinginan mereka. Menu hotel terbagi atas beberapa jenis. Pertama *Continental Breakfast* tidak menyajikan makanan berbahan protein hewani seperti roti, waffle, muffins, kopi, teh, jus buah, pastry, and buah. *In the second English breakfast*, Sebagian besar makanan adalah makanan "beruang/berat" seperti bacon, telur, sosis inggris, kacang panggang, tomat goreng, jamur goreng, puding, roti bakar, and so on. Ketiga, *American Morning*, Menu lain yang umum terdapat dalam penyajian american breakfast adalah parfaits. Menu ini disajikan dengan mangkuk atau gelas. Isinya adalah buah, yoghurt, dan kacang-kacangan. Makanan ini sangat mudah disantap. Terakhir, *Indonesian Breakfast*, menu yang biasa disajikan untuk sarapan adalah nasi goreng, soto, nasi uduk, bubur dan lainnya (Wahyuningsih et al., 2021). Indikator *breakfast* menurut Philip Kotler adalah :

1. Kualitas makanan (rasa, aroma, dan bentuk)
2. Variasi menu
3. Ketersediaan dan kecepatan pelayanan
4. Kebersihan dan kerapian
5. Lingkungan
6. Harga dan nilai
7. Pelayanan staff (Timo, 2021)

Keputusan Menginap

Pelanggan mencerminkan untuk mengidentifikasi preferensi yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yang mengarah pada keputusan mereka untuk tetap tinggal (Megawati et al., 2024). Keputusan konsumen adalah tindakan yang diambil dengan maksud menetapkan parameter di mana kegiatan yang berkaitan dengan layanan yang diberikan dapat dilakukan. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa keputusan pelanggan untuk tetap tinggal adalah produk dari pertimbangan dan analisis yang cermat ketika ia mencari bukti untuk mendukung posisinya. Menurut Indrasari faktor yang memberikan banyak pengaruh dalam keputusan menginap konsumen ialah:

1. Faktor adat dan budaya.
2. Faktor sosial
3. Faktor individu

4. Faktor psikoogi. (Indra, 2020)

Kotler mengemukakan indikator yang daapt digunakan untuk mengukur keputusan konsumen untuk meninap diantaranya:

1. Tentukan Kebutuhan.
2. Cari Informasi.
3. Pertimbangkan opsi diri
4. Pilihan akomodasi
5. Perilaku pasca menginap. (Karnita, 2021)

Setelah mendapatkan pemahaman terkait dengan variabel-variabel yang diteliti dari peneliti. Maka di terbentuklah hipotesis pada penelitian ini, yang dirumuskan sebagai berikut :

H₁: Fasilitas (X₁) berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap (Y) pada Hotel Grand Central.

H₂: Variasi breakfast (X₂) berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap (Y) pada Hotel Grand Central.

H₃: Fasilitas (X₁) dan variasi breakfast (X₂) berpengaruh terhadap keputusan tamu (Y) untuk menginap pada Hotel Grand Central.

METODE PENELITIAN

Penelitian Meningkatkan analisis kuantitatif dengan memanfaatkan survei. Fasilitas (X₁), Variasi *breakfast* (X₂) merupakan variabel independen, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Tamu Menginap (Y). Penelitian ini dilaksanakan di hotel Grand Central Medan pada bulan Maret 2024 hingga Juni 2024. yang berlokasi di Jl. Sei Belutu No.17B, Merdeka, Kec. Medan Baru, Kota Medan. Subjek penelitian ini merupakan pengunjung Hotel Grand Central Medan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Besaran jumlah populasi diketahui sebanyak 5400. Purposive sampling digunakan oleh peneliti untuk memilih sampel yang memenuhi persyaratan tertentu.

Peneliti mencatat kriteria berikut untuk menentukan ukuran sampel: 1. Sudah pernah menginap di Hotel Grand Central Medan, 2. Sudah pernah pula mencicipi menu *breakfast* saat menginap. Selanjutnya diproses menggunakan rumus solvin untuk mendapatkan sampel yang sesuai untuk menggambarkan keadaan sebenarnya (Renggo, 2022). Hasil yang diperoleh dari rumus solvin dengan 5% error adalah 372.4 dibulatkan

menjadi 373. Maka, besar sampel pada penelitian ini sebanyak 373 pengunjung hotel Grand Central Medan. Metode mengumpulkan data menggunakan instrument kuesioner, dengan menyediakan beberapa pertanyaan yang sesuai indikator variabel penelitian melalui *Google Form* disebarluaskan baik secara online melalui jejaring sosial maupun langsung kepada audiens secara offline. Skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, digunakan untuk pengukuran ini. Karena ada dua variabel independen dalam penelitian ini, uji hipotesis adalah uji regresi linier berganda. uji asumsi klasik juga turut digunakan untuk menilai kelayakan hubungan antar variabel, selain itu uji t, uji f, dan uji R square turut dilakukan dalam menganalisis. Semua pengujian menggunakan SPSS Versi 25.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan data perolehan Menurut data, 63% peserta memiliki identitas gender perempuan dan 37% memiliki identitas gender laki-laki. Mayoritas responden berusia antara 20 dan 30 tahun. 66%, usia 31-40 tahun 27% dan 41-50 tahun sebesar 7%. Dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok usai 20-30 tahun mayoritas responden adalah generasi milenial yang di dominasi oleh perempuan.

Uji Instrumen Penelitian

Validitas

Hasil dari 16 pertanyaan yang diuji menunjukkan bahwa pertanyaan sudah memenuhi syarat indikator kinerja utama untuk menilai validitas. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dianggap valid jika jumlah total item yang berkorelasi lebih besar dari 0,5 (Sugiyono, 2018). Hasil perhitungan yang dilakukan diketahui bahwa seluruh Kuesioner bernilai lebih banyak dari nilai rtabel (0,101), Dengan demikian, dapat disimpulkan Kuesioner tentang Fasilitas (X1), Varian Menu Breakfast (X2) dan Keputusan tamu menginap (Y) Hotel Grand Central Medan seluruhnya dinyatakan “valid”.

Reabilitas

Hasil uji reabilitas didapatkan nilai alpha dari Variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) dan Keputusan tamu menginap (Y) sebesar $0,757 > 0,70$, artinya hasil uji reabilitas Kuesioner menunjukkan bahwa Variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast

(X2) dan keputusan tamu menginap (Y) Hotel Grand Central Medan dapat dianggap “reliabel” atau dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, uji kenormalan dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas yang dihasilkan (p-value) dengan tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 0,05. Diketahui dari temuan uji bahwa skor Kolmogorov-Smirnov lebih tinggi dari tingkat signifikansi, atau $0,30 > 0,05$, menunjukkan bahwa hasil kuesioner penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Angka toleransi dan faktor inflasi varians (VIF) dapat digunakan untuk menemukan pemeriksaan multikolinearitas. Jika model regresi memiliki nilai VIF kurang dari $10 > 0,10$, itu dianggap bebas dari multikolinearitas. nilai VIF dari Variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) lebih kecil dari 10 atau $1,013 < 10,00$ dengan nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau $0,987 < 0,100$, maka dapat di katakan bahwa Variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) tidak terjadi gejala Multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Menggunakan scatterplot didapati Titik-titik tidak hanya berkerumun di atas atau di bawah, titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar nol, distribusi angka nol membentuk pola bergelombang yang memanjang, berkontraksi, dan mengembang lagi, dan titik data tidak memiliki pola. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa gejala heterogenitas tidak ada.

Uji Auto Korelasi

Hasil Tes untuk memastikan apakah data berdasarkan deret waktu berkorelasi adalah uji autokorelasi. menggunakan uji Durbin Watson, menunjukkan bahwa $DU < D < 4-DU$ atau $1,840 < 1,897 < 2,160$, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat Auto Korelasi pada data kuesioner penelitian ini.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan yang dihasilkan pada analisis yang dilakukan

$$Y : 10,424 + 0,261X_1 + 0,244X_2 + e$$

Menurut persamaan regresi sebelumnya, nilai fasilitas (nilai b_1) adalah 0,261 dan nilai konstanta adalah 10,424. Ini berarti bahwa untuk setiap kenaikan 1%, keputusan pelanggan (Y) meningkat sebesar 0,261, atau 26% pertama. dan sebaliknya. Meskipun nilai B_2 menu sarapan adalah 0,244, ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen (Y) naik sebesar 0,244, atau 24,4%, untuk setiap kenaikan 1%, dan sebaliknya. Jelaskan bahwa 10.424 adalah nilai poin Keputusan Pelanggan (Y) jika variabel Fasilitas (X1) dan Sarapan (X2) memiliki nilai 0. Setiap koefisien regresi variabel memiliki nilai positif diantara variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) dan Keputusan Tamu (Y) Hotel Grand Central Medan.

Uji t (Parsial)

Uji statistik ini menyajikan beberapa efek varians varians individu untuk setiap variabel independen ketika membandingkannya dengan variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Penelitian ini menggunakan signifikansi 5%.

1. Hasil yang diperoleh Variabel Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Tamu (Y) menunjukkan nilai signifikansi t hitung $>$ t tabel ($2,586 > 1,966$) sedangkan nilai signifikansi 0,010 nilai signifikan lebih besar dari probabilitas 0,05 ($0,010 < 0,05$). Maka kesimpulannya Fasilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Tamu Hotel Grand Central Medan. Sementara
2. Menu Breakfast (X2) terhadap Keputusan Tamu (Y) menyajikan nilai signifikansi t hitung $>$ t tabel ($5,133 > 1,966$) sedangkan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan lebih besar dari probabilitas 0.05 ($0.000 < 0.05$), menandakan menu sarapan yang berdampak positif positif dan signifikan terhadap Keputusan Tamu Hotel Grand Central Medan.

Uji F (Simultan)

Nilai F hitung $>$ F tabel sebesar ($15,206 > 3,020$) dengan signifikan 0,000. Dengan tingkat alfa 0,05 atau 5% maka Hipotesis 3 Itu telah menerima persetujuan. Mengingat bahwa hasil perhitungan menunjukkan bahwa sig ($0,000 <$ alfa ($0,05$), dapat dikatakan bahwa variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) bersama-sama atau simultan mempengaruhi Keputusan (Y) Pengunjung Hotel Grand Central Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai adjusted R square sebesar 0,571 atau 57,1% dengan tingkat keeratan korelasi yang cukup berarti. Maka dapat disimpulkan variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) Keputusan (Y) Pengunjung Hotel Grand Central Medan dipengaruhi oleh variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) atau 57,1 persen. Faktor-faktor lain, termasuk yang tidak termasuk dalam penelitian ini, berdampak pada 42,9% sisanya.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Tamu Hotel Grand Central Medan

Nilai t hitung $>$ t tabel ($2,586 > 1,966$) sedangkan nilai signifikansi 0,010 nilai signifikan lebih besar dari probabilitas 0,05 ($0,010 < 0,05$). Maka kesimpulannya Fasilitas yang positif dan signifikan dalam kaitannya dengan situasi keputusan Pengunjung Hotel Grand Central Medan. Data mendukung diterimanya H_1 selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryo Ramadhan Syahputra, yang menemukan bahwa Variabel fasilitas (X2) Secara parsial, ada dampak signifikan terhadap keputusan menginap di OS Hotel Batam; Hasil penelitian positif dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,050$. (Syahputra Ramadhan & Herman, 2020). Begitu pun dengan penelitian yang dilakukan Ni Luh Sri Gamatri, Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan tamu menginap di The Haven Suites Bali Berawa (Gamatri et al., 2024). Namun bertolak belakang penelitian Jainal Azali Nadeak, dimana fasilitas memiliki pengaruh negative terhadap keputusan pelanggan Mikei Holiday Resort dan Hotel Berastagi (Nadeak & Yudhira, 2022). Penelitian Ni Luh Putu Apriliani, Layanan di Water Garden Hotel Candidasa tidak berdampak negatif terhadap pengalaman tamu. (Apriliani et al., 2022).

Pengaruh Menu Breakfast Terhadap Keputusan Tamu Hotel Grand Central Medan

Berdasarkan temuan Breakfast (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan nilai signifikansi t hitung $>$ t tabel ($5,133 > 1,966$) sedangkan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan lebih besar dari probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti Menu Breakfast berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Hotel Grand Central Medan. Menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto et.al (2024) Dampak perbedaan sarapan pada pilihan pelanggan di tempat makan Ijen Hotel Kokoon Banyuwangi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pilihan sarapan secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan di Restoran Ijen Kokoon

Hotel Banyuwangi (Wijayanto et al., 2024). Dan penelitian yang dilakukan oleh Feriska Mulyani dan Nidia Wulansari dengan judul Pengaruh Variasi menu sarapan di Grand Basko Hotel Padang ternyata berdampak buruk pada niat membeli kembali menu di Hotel Truntum Padang. (Simanjuntak & Asnur, 2023).

Pengaruh Fasilitas Dan Menu Breakfast Terhadap Keputusan Tamu Hotel Grand Central Medan

Fasilitas (X1), Breakfast (X2) bersama-sama atau simultan mempengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y) Pengunjung Hotel Grand Central Medan. Dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F Tabel sebesar $(15,206 > 3,020)$ dengan signifikan 0,000. Dengan tingkat alfa 0,05 atau 5% maka Hipotesis 3 diterima. Dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai sig $(0,000) <$ dari alfa $(0,05)$. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Montel Sinaga yang mendapati fasilitas dan varian menu breakfast berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Hotel Pansur Gading Ressor (Sinaga & Lubis, 2022). Berdasarkan adjusted R square sebesar 0,571 atau 57,1% dengan tingkat keeratan korelasi yang cukup berarti. Maka dapat disimpulkan variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) Kepuasan Pengunjung (Y) Pengunjung Hotel Grand Central Medan dipengaruhi oleh variabel Fasilitas (X1), Menu Breakfast (X2) sebesar 57,1%. Sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Simpulan

Dari temuan-temuan yang diperoleh peneliti mulai analisis, pengujian, dan diskusi, dapat disimpulkan:

- Hipotesis 1 diterima, Fasilitas yang disediakan hotel mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di hotel Grand Central Medan.
- Varian menu *breakfast* yang ditawarkan hotel memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di hotel Grand Central Medan. Terbukti Hipotesis 2 diterima.
- Begitu pula hipotesis 3, Fasilitas dan Varian menu *breakfast* hotel memberikan pengaruh yang positif dan signifikan keputusan tamu menginap di hotel Grand Central Medan.

Implikasi

Semua variabel yang digunakan pada penelitian terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tamu dalam memilih bermalam di hotel. Meskipun demikian, hotel tidak boleh berpuas begitu saja. Tetap diperlukan pengembangan dan melakukan peningkatan yang lebih baik lagi sehingga para tamu tidak akan ragu untuk terus menginap di hotel setiap ada kesempatan.

Saran

Manajemen hotel Grand Central Medan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas atas fasilitas yang disediakan untuk tamu. Seperti yang diketahui pada era new normal ini produk dalam hal hotel adalah fasilitas mempunyai pengaruh paling kuat terhadap keputusan tamu dalam memilih untuk menginap. Fasilitas Salah satu yang baik akan menghasilkan perasaan tenang dan menyenangkan bagi para tamu.

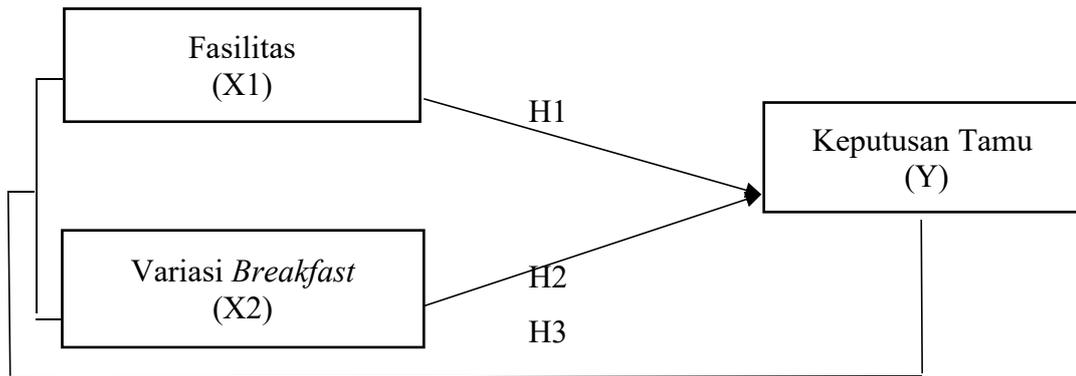
DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). (*Studi Kasus Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken Di Kab . Bekasi*) *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 1539–1552.
- Antonia, L. (2022). Pengaruh desain interior & atmosfer restoran terhadap loyalitas pelanggan restoran nilo coffee & croissant: The effect of restaurant interior & atmosphere design on customer loyalty of nilo coffee & croissant restaurant. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(7), 1750–1765.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Emas*, 3(3), 217–230.
- Dewi, I. C., Indrianto, A. T. L., Soediro, M., Winarno, P. S., Minantyo, H., Sondak, M. R., Warrauw, W. L., Grasielida, I., Gunawan, S., & Yuwono, V. K. (2022). *Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030*. Penerbit Lakeisha.
- Gamatri, N. L. S., Subadra, I. N., Yuda, I. B. N. K. P., & Sudarsana, K. (2024). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Kamar Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di The Haven Suites Bali Berawa. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(1), 14–26.
- Harahap, R. M., Gambiro, H., & Adiputra, Y. (2020). Implementasi fasilitas interior perpustakaan berdasarkan prinsip universal design di Universitas Mercu Buana. *Jurnal Desain*, 7(3), 281–294.
- Indra, H. K. (2020). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menginap Di Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1–20.
- Karnita, I. (2021). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 167–186.

- Keliwar, S., & Par, S. S. T. (2022). *Manajemen Housekeeping Hotel*. CV Pena Persada.
- Lawrence, D. (2021). *The effect of reward towards employee performance at Hotel Grand Central Medan*. Universitas Pelita Harapan.
- Majid, A., Khasanah, U., Pramestya, S. A., Alifuddin, M., Yuliana, S., & Yaumi, S. (2024). Optimalisasi Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Pustakawan Dalam Meningkatkan Minat Baca Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 14(1), 79–91.
- Megawati, N. K. R., Wisnawa, I. M. B., & Trianingrum, N. N. N. (2024). Pengaruh Lokasi Harga Kamar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Capella Ubud Bali. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(2), 152–164.
- Mulyantari, E. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1), 81–89.
- Nadeak, J. A., & Yudhira, A. (2022). Analisa Pengaruh Fasilitas Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Menginap di Mikie Holiday Resort dan Hotel Berastagi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 3(2), 50–62.
- Priyanto, S. S. (2024). Desa Wisata Pagak Kabupaten Banjarnegara Jawa Tengah dalam Transformasi dan Inovasi untuk Industrialisasi dan Energi Terbarukan. *Transformasi Dan Inovasi Untuk Industrialisasi Dan Energi Berkelanjutan*, 1.
- Renggo, Y. R. (2022). METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI. In *Populasi dan Sampel Kuantitatif* (p. 54).
- Salsabila, H. (2023). *Hotel Wisata Senggigi Di Lombok Barat*. ITN MALANG.
- Sendow, J., Martini, S., & Ando, A. X. L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pastry Section Terhadap Minat Beli Tamu Di Sintesa Peninsula Hotel. *Jurnal Hospitaliti*, 2(02).
- Simanjuntak, G. R., & Asnur, L. (2023). Pengaruh Variasi Menu Breakfast terhadap Kepuasan Tamu di Grand Basko Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 318–324.
- Sinaga, M., & Lubis, D. S. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 649–656.
- Sumerta, I. K. E., Dewi, D. M. P., & Juliantini, N. M. (2023). Influence of Work Motivation and Communication on Employee Morale at Rimba Jimbaran Bali Hotel. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 7(2), 666–679.
- Supriadi, B. (2022). *Analisis Kinerja Pemasaran Pariwisata*.
- Sutanto, G. C., & Indarwati, T. A. (2020). Hubungan antara Experiential Marketing, Layanan Restoran Prasmanan, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty. *J. Ilmu Manaj*, 8(3), 954.
- Syahputra Ramadhan, R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Meninap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 1–9.
- Timo, F. (2021). Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Victory Kefamenanu. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(3), 8–16.
- Wahyuningsih, T., Pratiwi, T. Y., Pariwisata, A., Bhakti, M., Pariwisata, A., & Bhakti, M. (2021). Variasi Menu Ala Carte Dalam Menunjang Kepuasan Tamu di Nava Hotel Tawangmangu. *Mabha Jurnal*, 2, 1–12.
- Wigati, E., & Safitri, M. D. (2021). Pengolahan Dan Variasi Appetizer Pada Saat Breakfast Terhadap Kepuasan Tamu Di The Alana Hotel & Convention Center

Solo. *Jurnal Nusantara*, 4(2), 1–6.
Wijayanto, A. G., Ermawati, E. A., & Puwaningtyas, A. (2024). PENGARUH VARIASI MAKANAN BREAKFAST TERHADAP KEPUASAN TAMU DI RESTORAN IJEN KOKOON HOTEL BANYUWANGI. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 739–752.
Zulfa, N., Arief, M. Y., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 713–728.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Pikir
Sumber: Olahan (2024)

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Fasilitas	Segala sesuatu yang ditempati dan dinikmati oleh karyawan dan sengaja disediakan untuk dipakai dan dipergunakan serta dinikmati oleh tamu, dan untuk penggunaannya	Perencanaan spasial mengamatinya. Perancangan ruang Perlengkapan Tata cahaya dan warna Pesan ilustratif Unsur penunjang Sarana dan prasarana	Likert
Breakfast	Sarapan memiliki berbagai menu khas atau tradisional dengan pilihan makan yang berbeda-beda berdasarkan wilayah dan tradisi di seluruh dunia.	Kualitas makanan variasi menu ketersediaan dan kecepatan pelayanan kebersihan dan kerapian lingkungan Harga dan nilai pelayanan staff	Likert
Keputusan	Perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan	Pengenalan kebutuhan Pencarian informasi. Evaluasi alternative Keputusan menginap Perilaku setelah menginap	Likert

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel (dt)	Keterangan	Sig.
Fasilitas (X1)	Pernyataan 1	0,468	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 2	0,449	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 3	0,562	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 4	0,428	0,101	Valid	0,000

Menu Menu Breakfast (X2)	Pernyataan 1	0,667	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 2	0,605	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 3	0,577	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 4	0,381	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 5	0,371	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 6	0,319	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 7	0,490	0,101	Valid	0,000
Kepuasan Pengunjung (Y)	Pernyataan 1	0,401	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 2	0,744	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 3	0,809	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 4	0,749	0,101	Valid	0,000
	Pernyataan 5	0,664	0,101	Valid	0,000

Sumber : Data Primer Olahan 2024

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual

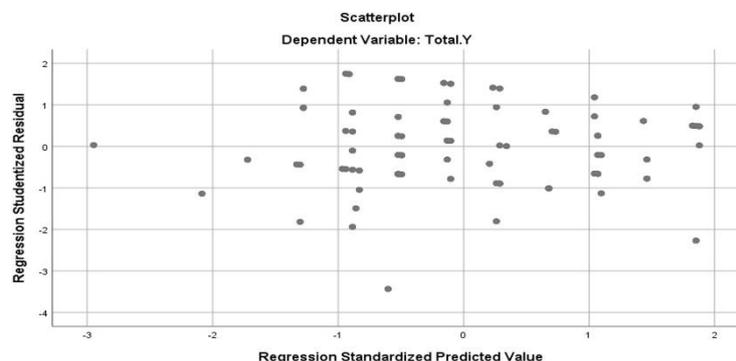
N		373
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,18075419
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,050
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,300 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 4. Hasil Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,424	2,277	4,578	,000		
	Total.X1	,261	,101	,130	2,586	,010	,987 1,013
	Total.X2	,244	,048	,258	5,133	,000	,987 1,013

Sumber : Data Olahan, 2024



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Output SPSS, 2024

Tabel 5. Hasil Auto Kolerasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,276 ^a	,076	,071	2,187

a. Predictors: (Constant), Total.X2, Total.X1

b. Dependent Variable: Total.Y

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel 6. Hasil Linear Berganda dan Hasil Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,424	2,277		4,578	,000		
	Total.X1	,261	,101	,130	2,586	,010	,987	1,013
	Total.X2	,244	,048	,258	5,133	,000	,987	1,013

a. Dependent Variable: Total.Y

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145,415	2	72,707	15,206	,000 ^b
	Residual	1769,116	370	4,781		
	Total	1914,531	372			

a. Dependent Variable: Total.Y

b. Predictors: (Constant), Total.X2, Total.X1

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,276 ^a	,576	,571	2,187

a. Predictors: (Constant), Total.X2, Total.X1

b. Dependent Variable: Total.Y