

---

# Meningkatkan Keputusan Menginap Dengan Memaksimalkan Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk

Ni Komang Putri Lestari <sup>(1)</sup>

Gede Indra Surya Diputra <sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
e-mail : putrilestarinkm@gmail.com

## ABSTRACT

*One business sector that is attracting investor interest is the accommodation sector. This condition results in tight competition among accommodation businesses which will ultimately have an impact on the decision to stay. Accommodation managers are now competing to offer quality service and differentiation for tourists' decision to stay. It is hoped that the research will be able to determine the influence of service quality and product differentiation on decision to stay at Sanctoo Suites & Villas in Sukawati District, Gianyar Regency. The population in this study was 22,528 customers recorded in 2022 and the sample size determined was 100 customers using purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the significance analysis prove that service quality and product differentiation have a significant effect on overnight decisions so that H3 is accepted. The suggestion given is to establish standard operational procedures in handling customer orders and ensure conformity between room facilities and the prices offered.*

**Keywords: Service Quality; Product Differentiation; Stay Decision**

## ABSTRAK

Salah satu sektor usaha yang menarik minat investor adalah bidang akomodasi. Kondisi ini mengakibatkan ketatnya persaingan di antara usaha akomodasi sehingga pada akhirnya akan berdampak pada keputusan menginap. Pengelola akomodasi kini berlomba-lomba menawarkan pelayanan yang berkualitas dan diferensiasi untuk keputusan menginap oleh wisatawan. Penelitian diharapkan nantinya agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap Keputusan menginap di Sanctoo Suites & Villas di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah 22.528 orang pelanggan yang tercatat pada tahun 2022 dan ukuran sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 100 orang pelanggan dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis signifikansi membuktikan kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap sehingga H<sub>3</sub> diterima. Saran yang disampaikan adalah penetapan *standar operational procedur* dalam menangani pesanan pelanggan dan memastikan kesesuaian antara fasilitas kamar dan harga yang ditawarkan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Diferensiasi Produk; Keputusan Menginap**

---

## Pendahuluan

Persaingan usaha jasa yang ada di sektor pariwisata khususnya akomodasi menuntut setiap perusahaan untuk dapat menyediakan tempat yang nyaman bagi setiap tamu yang menginap (Ricky *et al.*, 2019). Jasa akomodasi sangat penting untuk mendukung pariwisata sehingga para tamu dapat beristirahat dengan tenang dan nyaman setelah melakukan kegiatan wisatanya (Christ & Manik, 2023). Penerapan pemasaran yang tepat dan juga strategi-strategi yang terbaik agar dapat menjadikan perusahaan pilihan bagi para tamu (Watung *et al.*, 2022). Penyediaan akomodasi yang nyaman dan tenang akan membuat para tamu menjadi lebih senang dalam melakukan wisata dan kedepannya juga dapat memberikan keputusannya untuk menginap kembali di tempat yang bersangkutan (Fahreza & Sugiati, 2022).

Keputusan konsumen dalam memilih akomodasi sangat penting untuk mendukung perjalanan wisata yang dilakukan oleh para wisatawan (Irsanni & Suhardi, 2023). Keputusan menginap dapat diartikan sebagai sebuah ketetapan akhir yang dimiliki oleh para wisatawan untuk menginap atau memilih akomodasi tertentu selama perjalanan wisatanya (Mahendra *et al.*, 2023). Penyedia jasa akomodasi harus mampu membuat para tamu menjadi nyaman dan senang untuk menginap sehingga kedepannya dapat datang kembali (Faruq *et al.*, 2022). Tamu yang merasa nyaman saat menginap akan memberikan berbagai dampak yang baik bagi perkembangan usaha sehingga dapat menyediakan jasa yang lebih baik lagi (Jauhari, 2020). Upaya penyedia jasa untuk memaksimalkan setiap upayanya dilakukan agar konsumen menjadi semakin puas dan memberikan keputusan yang memuaskan bagi keberlangsungan usaha kedepan (Afridayanti *et al.*, 2023).

Pelayanan yang diberikan menjadi kunci penting bagi penyedia jasa untuk memaksimalkan keputusan yang dimiliki konsumen (Sari *et al.*, 2023). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sebuah proses memberikan informasi terkait dengan produk kepada konsumen dengan detail yang tepat (Danawira, 2019). Penyedia jasa harus sangat memperhatikan pelayanan yang diberikannya karena hal ini akan sangat mempengaruhi konsumen untuk memberikan keputusannya (Riana *et al.*, 2023). Pelayanan yang diterima dari jasa yang diberikan oleh perusahaan akan menjadi ukuran yang dimiliki oleh konsumen untuk memilih menggunakan produk perusahaan atau tidak (Yuvira *et al.*, 2021). Pelayanan yang memiliki kualitas baik akan sangat membekas dalam benak konsumen sehingga akan menjadi lebih yakin untuk memberikan keputusannya dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan (Rusdian & Hildayni, 2021).

Selain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen,

---

menyediakan diferensiasi produk juga akan membantu konsumen untuk menajukan keputusannya (Gunawan & Maftuchach, 2022). Diferensiasi produk dapat diartikan sebagai sebuah keragaman produk yang dapat menjadi pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Lestari *et al.*, 2023). Meyediakan berbagai pilihan jasa yang dapat mendukung kepuasan konsumen akan membuat keputusan menginapnya menjadi semakin baik (Jauhari, 2020). Perusahaan harus menyedaikan produk-produk dan layanan yang dapat mendukung kenyamanan konsumen selama menggunakan jasa perusahaan. Hal ini akan sangat mebanu dalam memstikan keyakinan konsumen intukdapat terus menggunakan produk-produk yang disediakan oleh perusahaan kedepannya (Irsanni & Suhardi, 2023).

Penelitian ini dilakukan di Sanctoo Suites & Villas. Terletak di Desa Singapadu Kabupaten Gianyar, Sanctoo Suites & Villas merupakan salah satu hotel bintang lima ternama di Bali. Tentu untuk mempertahankan eksistensinya Sanctoo Suites & Villas dituntut untuk mampu menarik banyak perhatian konsumen untuk datang berkunjung. Namun tentu saja hal tersebut tidak selalu mudah ditengah ketatnya persaingan dan kondisi ekonomi global saat ini. Data kunjungan menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Sanctoo Suites & Villas mengalami peningkatan sejak tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa Sanctoo Suites & Villas memiliki suatu strategi atau hal istimewa yang membuat mereka dapat meningkatkan hunian kamar dari tahun ke tahun bahkan saat masa pandemic pun mereka dapat bertahan dan memiliki tingkat hunian yang sangat baik.

Tingginya tingkat hunian kamar dari Sanctoo Suites and Villas juga tak luput dari kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Sanctoo Suites & Villas, dimana dalam ulasan yang peneliti temukan dalam ulasan-ulasan di web ataupun platform yang dibuat oleh tamu yang menginap di Sanctoo Suites & Villas yang menyatakan pelayanan yang diberikan oleh staff sangat baik dan ramah. Sehingga hal ini dapan menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi tingginya tingkat hunian dari Sanctoo Suites and Villas. Selain kualitas pelayanan, faktor diferensiasi produk juga turut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam hal diferensiasi pihak Sanctoo Suites & Villas telah berusaha membedakan layanan yang dimilikinya dengan hotel lain seperti menyertakan paket wisata kebun Binatang dalam paket menginap. Hal ini tidak lepas dari letak Sanctoo Suites & Villas yang menempel dengan Bali Zoo.

Keputusan yang dimiliki konsumen untuk menginap di akomodasi yang dosediakan menjadi kunci sukses untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat (Fahreza & Sugiat, 2022). Penyedia jasa akomodasi harus terus meningkatkan berbagai aspek pendukung yang dapat membuat konsumen menjadi lebih puas. Konsumen akan lebih yakin

---

untuk menginap jika ada factor-faktor pendukung yang dapat meningkatkan kenyamanannya (Ricky *et al.*, 2019). Penelitian diharapkan nantinya agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan menginap di Sanctoo Suites & Villas di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar.

Pelayanan yang berkualitas menjadi faktor yang sangat penting bagi penyedia jasa untuk memperoleh keputusan yang baik dari konsumennya. Pelayanan akan menjadi pendukung handal dalam membuat konsumen semakin senang untuk memberikan keputusannya untuk menggunakan jasa perusahaan (Afridayanti *et al.*, 2023). Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Danawira (2019), Riana *et al.*, (2023), serta Yuvira *et al.*, (2021) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan. Dari hasil-hasil temuan tersebut maka hipotesis yang diajukan untuk dilakukan pengujian yaitu:

H<sub>1</sub> : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Pilihan produk yang beragam akan membuat konsumen lebih nyaman menggunakan jasa perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya. Penyedia jasa harus dapat menyediakan berbagai pilihan produk yang dapat digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya sehingga menjadi lebih nyaman memberikan keputusan (Gunawan & Maftuchach, 2022). Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Jauhari (2020), Irsanni & Suhardi (2023), serta Watung *et al.*, (2022) menemukan hasil bahwa diferensiasi pada produk mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan. Dari hasil-hasil temuan tersebut maka hipotesis yang diajukan untuk dilakukan pengujian yaitu:

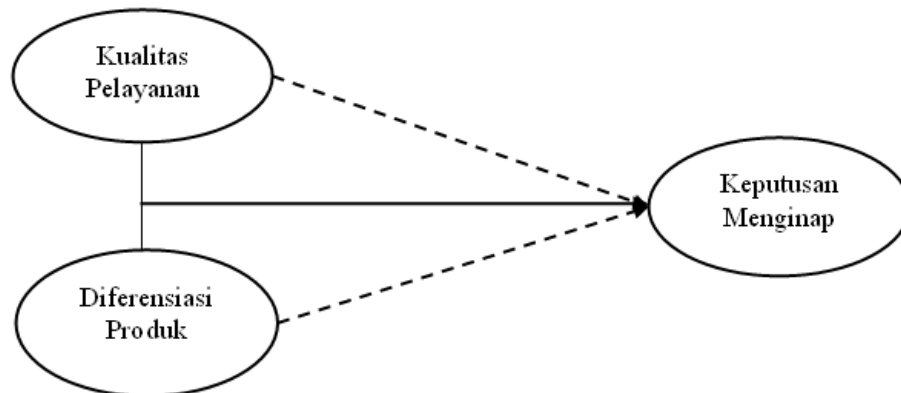
H<sub>2</sub> : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Berbagai upaya perusahaan harus diaksimalkan untuk membuat konsumen dapat memberikan keputusan pasti untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Perusahaan harus memanfaatkan setiap sumberdayanya untuk membuat konsumen lebih memilih untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan (Rusdian & Hildayni, 2021). Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Danawira (2019), Faruq *et al.*, (2022), serta Ricky *et al.*, (2019) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan dan juga diferensiasi dari produk mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan. Dari hasil-hasil temuan tersebut maka hipotesis yang diajukan untuk dilakukan pengujian yaitu:

H<sub>3</sub> : Diduga bahwa kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

### Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Sanctoo Suites & Villas di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Lokasi ini dipilih untuk melakukan penelitian karena ditemukan tingginya tingkat keputusan menginap yang ditunjukkan wisatawan. Populasi dalam penelitian ini adalah 22.528 orang pelanggan yang tercatat pada tahun 2022. Ukuran sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 100 orang pelanggan dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, kepustakaan, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber: Danawira (2019), Faruq *et al.*, (2022), serta Ricky *et al.*, (2019)

### Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan jenis kelamin maka dapat diketahui hampir tidak terdapat perbedaan signifikan antara responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan karena Sanctoo Suites & Villas merupakan fasilitas akomodasi yang tidak secara spesifik menargetkan pelanggan berdasarkan jenis kelamin tertentu dan produk yang ditawarkan dapat dinikmati oleh laki-laki dan perempuan. Berdasarkan usia maka dapat diketahui responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelanggan dengan usia 31 – 40 tahun karena pelanggan Sanctoo Suites & Villa yang didominasi oleh kelompok usia 31 – 40 tahun. Hal ini sangat wajar mengingat rentang usia 31 – 40 tahun merupakan salah satu target pasar dari Sanctoo Suites & Villa. Berdasarkan kewarganegaraan maka dapat diketahui responden dalam

penelitian ini didominasi oleh warga negara asing (WNA) karena pelanggan Sanctoo Suites & Villas didominasi oleh WNA. Selain itu, WNA juga merupakan target pasar utama yang disasar oleh Sanctoo Sutes & Villas. Berdasarkan tujuan menginap maka dapat diketahui responden penelitian didominasi oleh pelanggan yang menginap dengan tujuan berlibur karena Sanctoo Suites & Villa lebih menargetkan pelanggan yang ingin datang berlibur, selain itu juga karena Sanctoo Suites & Villas berada di lokasi yang jauh dari pusat kegiatan bisnis. Berdasarkan lama menginap maka diketahui responden penelitian ini didominasi oleh pelanggan yang menginap sampai dengan dua malam karena saat ini wisatawan memiliki banyak pilihan akomodasi untuk menginap di Bali, selain itu juga karena banyaknya pilihan hotel lainnya sehingga pelanggan lebih memilih untuk menginap sampai dua malam.

Analisis yang dilakukan pada instrumen penelitian ini menunjukkan hasil bahwa nilai koefisien korelasi dari instrumen telah mampu memenuhi kriteria uji yaitu lebih tinggi dari 0,30 sehingga dinyatakan valid dan juga nilai dari *chronbach's alpha* dari hasil pengujian telah mampu memenuhi kriteria uji yaitu lebih tinggi dari 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

**Tabel 1 Hasil Uji Instrumen Penelitian**

No.	Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			Koefisien Korelasi	Keterangan	<i>Chronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Keputusan Menginap (Y)	5 Item				
2	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	10 Item	> 0,30	Valid	> 0,60	Reliabel
3	Diferensiasi Produk (X <sub>2</sub> )	11 Item				

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2, variabel keputusan menginap memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,56 dengan kategori baik, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Tidak butuh waktu lama untuk memutuskan menginap di Sanctoo Suites & Villa” sebesar 3,86 dengan kategori baik dan ini disebabkan karena responden merasa adanya kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai Sanctoo Suites & Villas, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Sanctoo Suites & Villa adalah pilihan utama ketika menginap di Bali” sebesar 3,30 dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan karena banyaknya pilihan yang dimiliki oleh pelanggan ketika ingin menginap.

Berdasarkan Tabel 3, variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,70 dengan kategori baik, skor terendah yaitu pada pernyataan “Kamar yang didapat sesuai dengan yang dipesan” sebesar 3,38 dengan kategori cukup baik dan ini

disebabkan karena responden merasakan adanya ketidak sesuaian kamar yang didapatkan dengan yang dipesan sehingga pada saat *check in* harus menunggu untuk mendapatkan kamar yang diinginkan. Skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Karyawan merespon permintaan tamu dengan cepat” sebesar 4,00 dengan kategori baik yang disebabkan karena responden merasakan adanya kemampuan pegawai atau staff Sanctoo Suites & Villas dalam merespon permintaan pelanggan dengan cepat.

**Tabel 2 Jawaban Terkait Keputusan Menginap**

Keputusan Menginap	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Saya yakin dengan pilihan untuk menginap di Sanctoo Suites & Villa	0	17	25	40	18	359	3,59	Baik
Saya tidak pernah merasa ragu untuk menginap di Sanctoo Suite & Villa	0	12	37	31	20	359	3,59	Baik
Saya memutuskan menginap di Sanctoo Suites & Villa karena sudah pernah menginap sebelumnya	0	17	35	31	17	348	3,48	Baik
Sanctoo Suites & Villa adalah pilihan utama ketika menginap di Bali	0	20	43	24	13	330	3,30	Cukup baik
Tidak butuh waktu lama untuk memutuskan menginap di Sanctoo Suites & Villa	0	10	22	40	28	386	3,86	Baik
Total							3,56	Baik

Sumber : data diolah (2024)

**Tabel 3 Jawaban Terkait Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Karyawan berpenampilan rapi	0	0	51	26	23	372	3,72	Baik
Lingkungan hotel senantiasa bersih	0	9	44	22	25	363	3,63	Baik
Kamar yang didapat sesuai dengan yang dipesan	0	20	40	22	18	338	3,38	Cukup baik
Kamar selalu siap untuk <i>check-in</i> sesuai waktu yang dijanjikan	0	19	24	28	29	367	3,67	Baik
Foto yang tersedia di <i>internet</i> sesuai dengan kenyataan	0	15	42	23	20	348	3,48	Cukup baik
Karyawan menyelesaikan proses <i>check in</i> dengan cepat	0	9	24	39	28	386	3,86	Baik
Karyawan merespon permintaan tamu dengan cepat	0	7	25	29	39	400	4,00	Baik
Sanctoo Suites & Villas adalah hotel yang aman	0	12	48	21	19	347	3,47	Baik
Karyawan memiliki pengetahuan mengenai layanan yang tersedia di hotel	0	11	18	35	36	396	3,96	Baik
Karyawan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi tamu	0	10	20	40	30	390	3,90	Baik
Total							3,71	Baik

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4, variabel diferensiasi produk memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,75 dengan kategori baik, skor terendah yaitu pada pernyataan “Jenis kamar yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan tamu” sebesar 3,40 dengan kategori cukup baik. Hal

ini disebabkan karena Sanctoo Suites & Villas menawarkan kamar dengan tipe atau jenis yang terbatas dengan harga yang bisa dikatakan premium sehingga tidak sedikit pelanggan yang merasa kamar tersebut melebihi kebutuhannya, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Sanctoo Suites & Villas menawarkan *free entry* ke Bali Zoo untuk para tamu ” sebesar 4,18 dengan kategori baik. Hal ini disebabkan karena Sanctoo Suites & Villas memang menawarkan fasilitas berupa gratis tiket *entry* kepada pelanggan atau tamu yang ingin mengunjungi Bali Zoo.

**Tabel 4 Jawaban Terkait Diferensiasi Produk**

Diferensiasi produk	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Sanctoo Suites & Villas memiliki kamar dengan desain yang unik	0	0	51	25	24	373	3,73	Baik
Sanctoo Suites & Villas menawarkan kamar dengan pemandangan yang berbeda dari hotel lainnya	0	14	39	24	23	356	3,56	Baik
Desain bangunan secara keseluruhan memiliki keunikan	0	10	42	27	21	359	3,59	Baik
Sanctoo Suites & Villas menawarkan <i>free entry</i> ke Bali Zoo untuk para tamu	0	0	21	40	39	418	4,18	Baik
Perlengkapan hotel seperti kasur menggunakan produk berkualitas	0	13	38	22	27	363	3,63	Baik
Lingkungan sekitar hotel membuat tamu merasa nyaman	0	0	28	41	31	403	4,03	Baik
Jenis kamar yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan tamu	0	20	38	24	18	340	3,40	Cukup baik
Harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan	0	10	44	25	21	357	3,57	Baik
Pihak hotel merespon keluhan tamu dengan baik	0	12	18	34	36	394	3,94	Baik
Tamu bisa melakukan perubahan reservasi dengan mudah	0	15	25	35	25	370	3,70	Baik
Sanctoo Suites & Villa nyaman bagi tamu karena jauh dari kebisingan	0	0	38	36	26	388	3,88	Baik
Total							3,75	Baik

Sumber : data diolah (2024)

Hasil yang ditampilkan Tabel 5 memberikan informasi bahwa uji normalitas yang menggunakan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang melebihi 0,05 sehingga distribusi data terjadi secara normal. Memiliki hasil uji nilai Tolerance yang lebih tinggi dari 0,10 dan juga nilai VIF yang lebih kecil dari 10, sehingga data tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang terjadi. Uji menemukan bahwa besarnya nilai sig. yang diperoleh setelah pengujian lebih besar dari 0,05, sehingga data tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas yang terjadi.



**Tabel 5 Hasil Uji Asumsi Klasik**

No.	Variabel	Normalitas	Multikolinieritas		Heteroskedastisitas
		Asymp. Sig. (2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig.
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,140	0,236	4,240	0,200
2	Diferensiasi Produk ( $X_2$ )				0,398

Sumber : data diolah (2024)

Hasil yang ditampilkan pada Tabel 6 berisikan informasi tentang nilai koefisien determinasi (D) yang dapat dilihat pada kolom *R square* sebesar  $0,817 \times 100\% = 81,7\%$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan dan diferensiasi produk memiliki pengaruh sebesar 18,3% terhadap keputusan menginap, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada analisis ini.

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 <sup>a</sup>	0,817	0,813	149,855

Sumber : data diolah (2024)

Hasil yang ditampilkan Tabel 7 memberikan informasi bahwa melalui regresi yang telah dilakukan diperoleh persamaan yaitu  $Y = 0,621 + 0,165X_1 + 0,301X_2 + e$  dengan uraian sebagai berikut:

Hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang didasarkan pada nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,165 (positif) dan nilai sig.  $0,003 < \alpha 0,05$ . Hasil ini berarti semakin baik kualitas pelayanan ( $X_1$ ) maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan keputusan menginap pelanggan Sanctoo Suites & Villas (Y) secara signifikan. Berdasarkan hasil deskripsi variabel penelitian maka diketahui terdapat dua item pernyataan dipersepsikan cukup baik oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan tentu saja dapat mempengaruhi keputusan menginap, dimana sebelum memutuskan menginap maka pelanggan akan menerima pelayanan dari pihak Sanctoo Suites & Villas. Ketika pelayanan yang diterima dipersepsikan berkualitas maka keputusan pelanggan untuk meningkat tentunya akan semakin tinggi. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Danawira (2019), Riana *et al.*, (2023), serta Yuvira *et al.*, (2021) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan.

Hasil penelitian membuktikan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang diketahui dari nilai koefisien regresi diferensiasi produk sebesar 0,301 (positif) nilai sig.  $0,000 < \alpha 0,05$  yang berarti semakin baik diferensiasi

produk (X2) maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan keputusan menginap karyawan Sanctoo Suites & Villas (Y) secara signifikan (nyata). Berdasarkan deskripsi variabel maka diketahui dari total sebelas item pernyataan diketahui terdapat satu item pernyataan yang dipersepsikan cukup baik, sedangkan sepuluh lainnya dipersepsikan baik. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Sanctoo Suites & Villas adalah adanya tiket *free entry* Bali Zoo kepada tamu sehingga tamu yang menginap tidak perlu lagi membeli tiket Bali Zoo. Diferensiasi produk yang dimiliki oleh Sanctoo Suites & Villas tentu akan menjadi pertimbangan bagi para tamu untuk menginap. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Jauhari (2020), Irsanni & Suhardi (2023), serta Watung *et al.*, (2022) menemukan hasil bahwa diferensiasi pada produk mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan.

**Tabel 7 Hasil Uji-T**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,621	1,099		0,565	0,573
1 Kualitas pelayanan	0,165	0,054	0,275	3,074	0,003
Diferensiasi produk	0,301	0,041	0,653	7,301	0,000

Sumber : data diolah (2024)

Hasil yang ditampilkan pada Tabel 8, hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap yang dibuktikan dengan nilai Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05) yang berarti secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Hasil uji signifikansi parsial membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap, begitu juga hasil uji signifikansi parsial membuktikan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Hasil tersebut didukung oleh hasil uji simultan yang membuktikan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Peningkatan kualitas pelayanan dan diferensiasi produk secara bersamaan tentunya sangat penting untuk dilakukan agar keputusan menginap di Sanctoo Suites & Villas semakin meningkat. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Danawira (2019), Faruq *et al.*, (2022), serta Ricky *et al.*, (2019) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan dan juga diferensiasi dari produk mampu untuk menunjukkan peran dalam meningkatkan keputusan pembelian dengan signifikan.

**Tabel 8 Hasil Kelayakan Model (Uji-F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	970,920	2	485,460	216,177	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	217,830	97	2,246		
Total	1,188,750	99			

Sumber : data diolah (2024)

## Simpulan

Melihat dari hasil-hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan keputusan menginap pada Sanctoo Suites & Villas secara signifikan, (2) Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang berarti semakin baik diferensiasi produk maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan keputusan menginap pada Sanctoo Suites & Villas secara signifikan, (3) Kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada Sanctoo Suites & Villas. Hasil ini berarti semakin baik kualitas pelayanan dan diferensiasi produk maka akan meningkatkan keputusan menginap pada Sanctoo Suites & Villas. Saran yang dapat diberikan kepada manajemen Tan-Panama Coffee adalah (1) menetapkan *standard operational procedure* terutama pada bagian reservasi agar pelanggan atau tamu mendapatkan kamar sesuai yang dibutuhkan. Pada bagian reservasi maka harus dilakukan *blocking* kamar pada hari di mana tamu melakukan reservasi, (2) memastikan bahwa setiap fasilitas yang tersedia di kamar telah sesuai dengan harga yang ditawarkan. Selain itu, perlu juga adanya jenis kamar tipe *family* untuk tamu yang telah berkeluarga.

## Daftar Pustaka

- Afridayanti, K. I., Suputra, G. A., & Yoga, G. A. D. M. (2023). "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tailor Citra Busana)." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(3), 408–415.
- Christ, & Manik, D. E. M. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Pada Sinar Jaya Motor." *Manajemen Ekonomi Akuntansi ...*, 1(1), 1–9.
- Danawira, A. (2019). "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Richeese Factory Rempoa." *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 9(1), 76–87.
- Fahreza, S. A., & Sugiat, M. (2022). "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro." *E-Proceeding Of Management*, 9(4), 1857–1867.
- Faruq, M. K. Al, Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2022). "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe 67

- 
- Kecamatan Kencong Kabupaten Jember.” *Budgeting: Journal Of Business, Management And Accounting*, 4(1), 107–119.
- Gunawan, D., & Maftuchach, V. (2022). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartphone Samsung.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 17–32.
- Irsanni, A. A., & Suhardi. (2023). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Fashion Thenblank Di Kota Batam.” *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3), 1–8.
- Jauhari, I. (2020). “Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237.
- Lestari, D. D., Setyasih, Ashriana, A. N., & Joenarni, E. (2023). “Pengaruh Harga Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hachi Donuts Outlet Surodinawan Kota Mojokerto.” *Jurnal Emas*, 6(1), 106–114.
- Mahendra, I. P. A., Sadiartha, A. A. N. G., & Purwaningrat, P. A. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Bali Senia Di Denpasar.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(11), 2163–2170.
- Riana, Z., Tannady, H., Diawati, P., Bambang, & Suhardi, D. (2023). “Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Service Quality Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makanan Berbasis Ayam Olahan.” *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 547–554.
- Ricky, W., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2019). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Pt. Amorindo Mitra Sentosa Medan.” *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1), 34–41.
- Rusdian, S., & Hildayni, N. (2021). “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140.
- Sari, K. M., Kawiana, I. G. P., & Astrama, I. M. (2023). “Dampak Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 352–363.
- Watung, V. A., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel.” *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 82–95.
- Yuvira, I. A., Siregar, M. Y., & Sabrina, H. (2021). “Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fupada Suzuki Sunindo Cabang Amplas Medan.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 2(1), 81–85.
-