**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN ONLINE REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SANTIKA PREMIERE GUBENG
SURABAYA.**

Nabila Salsabila Perandalu

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
nabilaperandalu02@gmail.com;

Ayun Maduwinarti

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id;

Ute Chairuz Mochamad Nasution

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
uthe@untag-sby.ac.id;

ABSTRACT

This quantitative research examines the influence of Service Quality (X1) and Online Reviews (X2) on the decision to stay (Y) at Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya. Data were collected via opened questionnaires (Likert scale) from 100 prospective consumers, selected purposively, and analyzed using SPSS 2026. Secondary data from previous studies supplement the analysis. Multiple linear regressions were applied to test: (1) the effect of service quality on stay decisions; (2) the impact of online reviews on stay decisions; and (3) their combined effect. Results reveal that both service quality and online reviews have significant positive influences on guests' stay decisions in both partial and simultaneous models. Service quality (X1) presents a stronger individual effect, while together with online reviews (X2), they explain a substantial portion of the variance in consumer decisions. These findings are consistent with established literature that highlights the pivotal role of service quality in competitive advantage and the critical contribution of online reviews in shaping booking choice.

Keywords: *Service Quality, Online Review, and buying decisions*

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, baik untuk keperluan bisnis maupun liburan, permintaan akan layanan akomodasi yang berkualitas pun terus meningkat. Perkembangan ini menjadikan sektor perhotelan sebagai salah satu pilar utama dalam perekonomian, khususnya di kota-kota besar dan destinasi

wisata utama di Indonesia. Memasuki era digital, transformasi teknologi turut mengubah cara industri perhotelan beroperasi dan berinteraksi dengan konsumennya. Salah satu fenomena yang muncul sebagai dampak dari digitalisasi ini adalah Online Review, yaitu penyebaran informasi atau opini konsumen mengenai layanan melalui media digital. Online Review tidak hanya menjadi sumber informasi bagi calon pelanggan, tetapi juga sebagai bentuk evaluasi publik terhadap kualitas layanan.

Dalam konteks perhotelan, kualitas layanan (*service quality*) merupakan elemen krusial yang sangat menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen menilai *Service Quality* tidak hanya dari aspek fisik seperti fasilitas, tetapi juga dari aspek emosional seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, dan kemampuan dalam menangani keluhan. Meningkatnya ekspektasi konsumen di era digital menuntut manajemen hotel untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga personal dan responsif terhadap kebutuhan tamu. (Thung, Tjahjowidodo and Wijaya, 2021)

Oleh karena itu, penting bagi manajemen hotel untuk tidak hanya berinvestasi dalam infrastruktur teknologi, tetapi juga dalam pengembangan sumber daya manusia yang mampu memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Penerapan sistem check-in mandiri berbasis aplikasi, penggunaan chatbot untuk layanan informasi, serta pemanfaatan Internet of Things (IoT) untuk kenyamanan kamar merupakan beberapa contoh teknologi yang dapat diterapkan dalam operasional hotel. Teknologi ini tidak hanya mempercepat proses pelayanan tetapi juga memungkinkan terwujudnya layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan tamu (Lien Maulina, 2023)

Kota Surabaya merupakan salah satu pusat bisnis utama di Indonesia, khususnya di wilayah Provinsi Jawa Timur. Kota ini tidak hanya menjadi sentra perdagangan dan industri, tetapi juga berkembang pesat di sektor pariwisata. Terutama pada sektor Perhotelan dan Mall yang sering di kunjungi dan di minati oleh para pengunjung atau wisatawan, oleh karena itu Hotel dan mall di Surabaya sering kali berlokasi berdekatan, menciptakan sinergi dalam menarik wisatawan. Namun, kedekatan ini juga memunculkan persaingan dalam menarik pengunjung untuk menghabiskan waktu dan uang mereka. Hotel harus bersaing dengan mall dalam menawarkan fasilitas rekreasi dan hiburan, sementara mall harus bersaing dalam menyediakan kenyamanan dan layanan yang setara dengan hotel.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bersifat kausal melihat hubungan sebab akibat antara 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yakni melihat pengaruh *Service Quality* dan Online Review terhadap keputusan menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya.

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari penelitian terdahulu dan menggunakan responden 100 secara kuesioner terbuka dengan skala likert.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa 2 variabel yang di ajukan seluruhnya di terima. Hipotesis pertama adanya pengaruh service quality. Hipotesis kedua adaya pengaruh online review, dan Hipotesis yang ketiga adanya pengaruh service quality dan online review terhadap Keputusan menginap di hotel santika premiere gubeng Surabaya.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.072	1.686		6.569	.000
	X1	-.064	.032	-.209	-1.970	.052
	X2	-.058	.048	-.128	-1.213	.228

a. Dependent Variable: ABS_RES

Nilai t tabel sebesar 1.985 dengan taraf signifikansi Hasil Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat variabel yang memiliki pengaruh dan ada juga variabel yang tidak berpengaruh. Berikut merupakan hasil hipotesis yang diperoleh dari tabel uji t di atas:

1. Hipotesis Pertama

Ho: Service Quality Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya.

Ha: Service quality berpengaruh terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya.

Diketahui variabel Service Quality (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1.970 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.970 < 1,985$) artinya Ho ditolak, sehingga pernyataan yang berbunyi “Service Quality tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya” ditolak / tidak berlaku. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar $0,052 > 0,05$ artinya probabilitas kesalahan menolak Ho sebesar 31%. Sehingga bisa di simpulkan Service Quality (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)

2. Hipotesis Kedua

Ho: Online Review tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya.

Ha: Online Review berpengaruh terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya.

Diketahui variabel Online Review (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 1.213 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.213 < 1,985$) artinya Ho ditolak, sehingga pernyataan yang berbunyi “Online Review tidak berpengaruh terhadap Keputusan menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya” ditolak / tidak berlaku. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar $0,0228 >$

0,05 artinya probabilitas kesalahan menolak H_0 sebesar 30%. Sehingga bisa di simpulkan Online Review (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2508.454	2	1254.227	3.272	.042 ^b
	Residual	37178.456	97	383.283		
	Total	39686.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

b. Predictors: (Constant), Online Review, Service Quality

Dari hasil uji F di peroleh nilai sebesar 3.272 dimana F hitung > F tabel (3.272 > 3,09) dengan nilai sig 0,042 > 0,05 sehingga dapat di simpulkan Online Review (X1) dan Online Review (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

D. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan mengenai “Pengaruh *Service Quality* dan *Online Review* terhadap Keputusan Menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya”, dengan responden 100 yang ingin menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Service Quality* terhadap Keputusan Menginap
Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service Quality* (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh hotel, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk menginap di hotel tersebut.
2. Pengaruh *Online Review* terhadap Keputusan Menginap
Variabel *Online Review* (X2) juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y). Ulasan positif dari pelanggan sebelumnya memberikan bukti sosial yang kuat dan membentuk kepercayaan calon tamu untuk memilih hotel tersebut sebagai tempat menginap.
3. Pengaruh Simultan antara *Service Quality* dan *Online Review* terhadap Keputusan Menginap
Secara simultan, *Service Quality* dan *Online Review* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi dan preferensi konsumen dalam memilih akomodasi.
4. Besarnya Pengaruh Kedua Variabel
Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,091 mengindikasikan bahwa *Service Quality* dan *Online Review* secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 9,1%

dari variasi Keputusan Mengingat. Meskipun kontribusinya masih terbatas, namun kedua faktor ini memiliki peran penting dalam membentuk keputusan konsumen.

Saran

Bagi Manajemen Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya perlu terus meningkatkan kualitas layanan pada semua aspek (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) untuk memperkuat citra dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lien Maulina (2023) “REVITALISASI INDUSTRI PERHOTELAN DENGAN INOVASI TEKNOLOGI: MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DAN PENGALAMAN PELANGGAN,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7.
- Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya, (2025), Liflet Profile Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya
- Thung, M.F., Tjahjowidodo, B.T. and Wijaya, S. (2021) “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN HOTEL BINTANG 2 DAN BINTANG 5 DI SURABAYA: PENERAPAN PROSES TEXT-MINING ATAS ULASAN DARING KONSUMEN,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15, pp. 1–9. doi:10.9744/pemasaran.15.1.1–9.