

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN *PHYSICAL EVIDENCE*
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG PADA
HOTEL GRAND ZURI PALEMBANG**

Yeni

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

yeni@uigm.ac.id

Lukita Tripermata

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

lukita@uigm.ac.id

Harsi Romli

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

harsi_romli@uigm.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Promotion variable and the Physical Evidence variable on the visitor interest variable at the Grand Zuri Hotel Palembang. This study uses three variables, namely the dependent variable and the independent variable on visitor interest. The dependent variable is Promotion (X1) and Physical Evidence (X2) as the independent variable (independent) and Visitor Interest (Y) as the dependent variable (dependent). This research approach is a quantitative research using an analytical technique, namely Multiple Linear Regression and using SPSS version 20 software. The results of this study indicate that partially the Promotion variable (X1) has a more dominant influence, which is 0.889, compared to the Physical Evidence variable (X2) which is equal to 0.042. While the results of the influence of variables simultaneously have a significant effect and are proven by a significant value of the f test of 0.000. The R2 value in this study was 0.557 or 55.7%.

Keywords: *Promotion, Physical Evidence, Visitors' interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Promosi dan variabel *Physical Evidence* terhadap variabel minat pengunjung pada Hotel Grand Zuri Palembang. Penelitian ini mengemukakan tiga Variabel, yaitu variabel dependen dan variable independen terhadap Minat pengunjung. Variabel dependen Promosi (X1) dan *Physical Evidence* (X2) sebagai variabel bebas (independen) dan Minat Pengunjung (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis yaitu Regresi Linier Berganda dan menggunakan software SPSS version 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi (X1) memiliki Pengaruh yang lebih dominan yaitu sebesar 0.889, dibandingkan dengan variabel *Physical Evidence* (X2) yaitu sebesar 0,042. Sedangkan hasil pengaruh variabel secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan di buktikan dengan nilai signifikan uji f sebesar 0,000. Nilai R² pada penelitian ini sebesar 0,557 atau 55,7 %.

Kata Kunci: Kunci : Promosi, *Physical Evidence*, Minat pengunjung

1. Pendahuluan

Kota Palembang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, saat ini menjadi salah satu kota tujuan wisatawan datang ke

tanah air. Hal ini dikarenakan kondisi kota Palembang yang dalam 5 tahun terakhir mengalami kemajuan yang begitu pesat, terlihat dari maraknya pertumbuhan

infrastruktur, sarana dan prasarana kota, dan roda perekonomian yang terus menggeliat. Saat ini, kota Palembang telah berstatus kota yang metropolitan. (<http://www.scribd.com/doc/28915918/bauran-promosi>)

Perkembangan perhotelan dan pariwisata di Indonesia pun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia dan pertumbuhan industri pariwisata termasuk bertumbuhnya jumlah hotel di Indonesia, jumlah hotel di Palembang terus bertambah karena kota ini mulai menjadi tempat penyelenggaraan kegiatan olahraga dan internasional serta berbagai kegiatan lainnya berskala nasional dan internasional. (Laura, Stefani, 2012)

Dalam mempertahankan julukan kota wisata tersebut maka pemerintah daerah perlu mengembangkan sektor pariwisata agar tetap menjadi kota yang nyaman untuk dikunjungi. Hotel memiliki peranan yang cukup penting bagi suatu Negara baik terhadap pariwisata maupun industri serta pembangunan. Fungsi utama hotel adalah sebagai sarana akomodasi bagi para tamu sebagai tempat tinggal sementara atau tempat menginap dengan menyediakan fasilitas atau kebutuhan seperti kamar tidur, kamar mandi, makanan dan minuman, dll. Namun seiring perkembangan zaman fungsi hotel tidak hanya sebagai sarana menginap saja tetapi berfungsi sebagai tempat konferensi, resepsi pernikahan, seminar, musyawarah nasional dan kegiatan lainnya semacam itu yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap. (Sary, Renny dwita: 2017).

Tabel. 1
Jumlah Pengunjung Hotel Grand Zuri
Periode 2013 – 2017

Tahun	Jumlah Pengunjung
2013	60.379
2014	72.005
2015	50.639
2016	84.089
2017	94.344
Jumlah Pengunjung	361.456

Sumber: Data Hotel Grand Zuri Palembang 2013-2017

Dari tabel 1 diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap di hotel tersebut selama tahun 2013-2017 jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami peningkatan, tapi di tahun 2015 jumlah pengunjung sedikit mengalami penurunan dan jumlah pengunjung kembali meningkat di tahun 2016.

Tujuan dari setiap hotel adalah menjual jasa kamar dengan segala fasilitas dan pelayanan yang disediakan untuk peningkatan jumlah pengunjung hotel. Biaya promosi pun diperlukan karena jumlah sewa kamar yang terjadi setiap tahunnya tidak selalu sama, sehingga perusahaan perlu strategi promosi untuk memenuhi target penjualan kamar guna meningkatkan jumlah pengunjung yang *stay* di Hotel Grand Zuri Palembang.

Masalah Penelitian

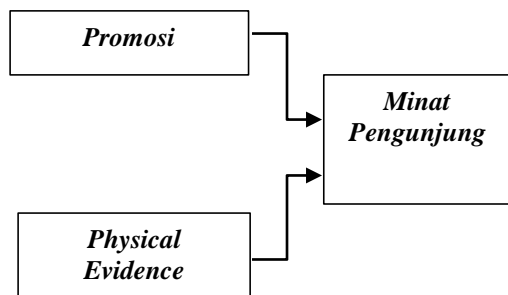
Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu,

1. Bagaimana Promosi terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang?
2. Bagaimana *Physical Evidence* terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang?
3. Bagaimana Pengaruh Promosi dan *Physical Evidence* terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Promosi terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.
2. Mengetahui *Physical Evidence* terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.
3. Mengetahui Bagaimana Pengaruh Promosi dan *Physical Evidence* terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.



Gambar 1. Alur Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi variabel independen/bebas adalah Promosi (X1) dan *Physical Evidence* (X2), sedangkan yang menjadi variabel dependen/terikat adalah Minat Pengunjung (Y).

Promosi merupakan jenis kegiatan pemasaran perusahaan yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Semakin gencar kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan maka konsumen akan semakin tertarik dan terpengaruh sehingga akhirnya konsumen akan membeli produk yang dihasilkan dan ditawarkan perusahaan.

Bukti fisik atau di sebut juga *physical evidence*, merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran jasa yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, ekspektasi konsumen, maupun keputusan seseorang konsumen.

Rambat Lupiyodi (2013:92) mendefinisikan bukti fisik sebagai berikut, Bukti atau lingkungan fisik perusahaan (*physical evidence*) adalah tempat jasa diciptakan, tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut”.

Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya minat pada pelajaran,olahraga,atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual). Artinya setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari, serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman,dan

mode yang sedang tren,bukan bawaan sejak lahir.

Indikator *Physical Evidence*

Menurut Assuri (2010:98) Indikator bukti fisik yang baik yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, yaitu lingkungan dengan kondisi yang nyaman serta menarik pada internal maupun eksternal lokasi usaha.
2. Tata Letak, yaitu berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak dilihat
3. Fasilitas Tambahan, yaitu dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

1. Faktor Produk
2. Faktor Promosi
3. Faktor Pelayanan
4. Faktor Fasilitas Pelayanan
5. Faktor Kebutuhan
6. Faktor Referensi
7. Faktor Kemudahan
8. Faktor Keyakinan

Pada Jurnal **Fitrotus Solekah,2018**, yang berjudul Pengaruh *Physical Evidence* dan Produk Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan di Departement Hotel Java Paragon Surabaya. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* dan produk berpengaruh secara signifikan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap tingkat pelayanan di hotel Java Paragon Surabaya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menitik beratkan pada pengaruh Promosi dan *Physical Evidence* Terhadap Minat Pengunjung Pada Hotel Grand Zuri Palembang. Objek dalam penelitian ini adalah para pengunjung hotel grand zuri Palembang. Jl Rajawali No.8 Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif yaitu suatu data

yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar seperti literature serta teori yang berkaitan dengan penelitian penulis. Data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan data primer dan sekunder. Data Primer merupakan suatu cara dalam pengumpulan data dengan secara langsung ketempat atau obyek yang akan diteliti. Sumber data primer berupa data yang diperoleh peneliti dari lapangan secara langsung, maka dapat memperoleh data primer pada penelitian ini peneliti menggunakan *quisioner* kepada pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi dokumen dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, majalah, dan informasi dari Hotel Grand Zuri Palembang sebagai objek penelitian data sekunder diperoleh dari sumber yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu seperti studi *literature* dan data yang lain sebagai penunjang dalam penelitian ini.

Populasi ialah Keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (V. Wirata Sujarweni, 2017: 65). populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung hotel grand zuri berjumlah 250 orang data pengunjung yang walk ini selama lebih kurang 2 bulan.

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Menurut Rakhmat dikutip Riduwan (2013:65) untuk menentukan ukuran sampel sebagai sumber datanya dapat digunakan Rumus Slovin, sampel yang akan ditentukan oleh penulis dengan presentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10% yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan

Berdasarkan penjelasan diatas maka dengan menggunakan rumus Slovin dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{250}{1+250 \cdot (0,1)^2}$$

$$= 71$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh sampel penelitian ini adalah sebesar 71 responden.

Teknik Analisis

Teknik analisis adalah perangkat statistika baik deskriptif maupun inferensial yang digunakan sebagai alat bantu bagi peneliti untuk mengambil kesimpulan atas sejumlah data penelitian yang telah terkumpul

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan dengan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai tabel, jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2013:45)

Uji Reliabilitas digunakan untuk Data untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Kehandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan

berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$ (Ghozali,2013:110)

Uji t Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikan yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Jika signifikan terhitung lebih besar dari α maka H_0 diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikan lebih kecil dari α maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap dependen.

Uji Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) Dengan variabel dependen (Y) uji ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara Promosi (X_1), *Physical Evidence* (X_2) sebagai variabel independen dan Minat Pengunjung (Y) sebagai variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat Pengunjung)
 X_1 dan X_2 = Variabel independen (Promosi dan Physical evidence)
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi

Table 2.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X_1)	Suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang	1. Jangkauan Promosi 2. Kuantitas Promosi	

	bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.	3. Kualitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketetapan atau kesesuaian promosi	Skala Likert
Physical Evidence (X_2)	Bukti fisik adalah petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa.	1. Bangunan 2. Kerapian 3. Kenyamanan 4. Fasilitas	Skala Likert
Minat (Y)	Suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.	1. Perhatian 2. Perasaan 3. Ketertarikan 4. Keterlibatan 5. Motif	Skala Likert

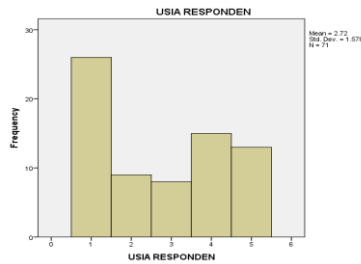
Sumber: Diolah oleh penulis tahun 2019

3. Pembahasan

Bedasarkan kuisisioner yang dibagikan kepada responden, berikut ini akan dilakukan pembahasan yang bertujuan untuk membalas masalah penelitian dan menjawab tujuan penelitian. Responden merupakan keseluruhan Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang yang berjumlah 71 orang.

Karakteristik Responden

1. Karakteristik responden berdasarkan usia. Adapun responden yang diteliti berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar berikut:

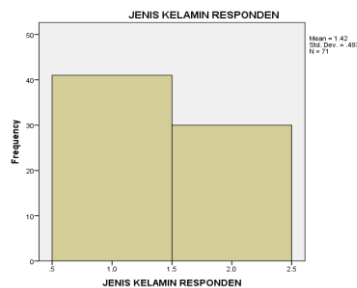


Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20.

Gambar 2. Responden Berdasarkan Usia

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar berikut:



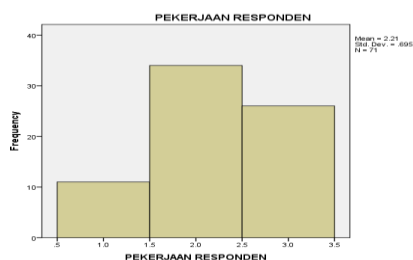
Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Gambar 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat diketahui bahwa responden adalah Pria sebanyak 41 orang (57,7%) sedangkan wanita berjumlah 30 orang (42,3%).

3. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Adapun responden yang diteliti berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Gambar 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4 diatas menunjukkan bahwa dari data diperoleh responden yang berstatus pelajar sebanyak 11 orang (15,5%), sedangkan yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 34 orang (47,9%), dan yang berstatus mahasiswa sebanyak 26 orang (36,6%)

Pengujian Validitas dan Reabilitas Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dan uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor variabel, adapun hasil validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel sebagai berikut

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Pomosi (X₁)

ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Promosi 1	0.850	0.233	VALID
Promosi 2	0.514	0.233	VALID
Promosi 3	0.718	0.233	VALID
Promosi 4	0.690	0.233	VALID
Promosi 5	0.718	0.233	VALID

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Berdasarkan pengelolaan data melalui SPSS pada table 3 diatas, bahwa tanggapan responden mengenai Promosi (X₁) dapat di ketahui bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ dari maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Variabel Physical Evidence (X₂)

ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Physical Evidence 1	0.893	0.233	VALID
Physical Evidence 2	0.630	0.233	VALID
Physical Evidence 3	0.858	0.233	VALID
Physical Evidence 4	0.501	0.233	VALID
Physical Evidence 5	0.629	0.233	VALID

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Berdasarkan pengelolaan data melalui SPSS pada table 4 diatas, bahwa tanggapan responden mengenai *Physical Evidence* (X2) dapat di ketahui bahwa $R_{hitung} >$ dari R_{tabel} , maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas
Variabel Minat Pengunjung (Y)

ITEM	R _{hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
Minat Pengunjung 1	0.923	0.233	VALID
Minat Pengunjung 2	0.942	0.233	VALID
Minat Pengunjung 3	0.888	0.233	VALID
Minat Pengunjung 4	0.588	0.233	VALID
Minat Pengunjung 5	0.958	0.233	VALID

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Berdasarkan pengelolaan data melalui SPSS pada table 5 diatas, bahwa tanggapan responden mengenai Minat Pengunjung (Y) dapat di ketahui bahwa $R_{hitung} >$ dari R_{tabel} maka pertanyaan tersebut dinyatakan Valid.

Pada ketiga tabel diatas terlihat bahwa hasil uji validitas data menunjukkan semua butir pertanyaan valid, karena R_{hitung} lebih besar dari $R_{tabel} = 0,233$

Uji Reliabilitas

Dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, reabilitas dapat diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α), pada suatu variabel dikatakan reabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* $> 0,06$. Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reabilitas datanya semakin terpecaja untuk masing-masing variabel. Hasil pengujian reabilitas data dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel.6
Promosi
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Tabel 6 diatas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Promosi (0,730), Oleh karena itu ketiga instrument tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,600 dan di nyatakan relibel, dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke langkah selanjutnya.

Tabel 7
Physical Evidence (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Tabel 7 diatas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Physical Evidence* (0,788), Oleh karena itu ketiga instrument tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,600 dan di nyatakan relibel, dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke langkah selanjutnya.

Tabel 8
Minat Pengunjung
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	5

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Tabel 8 diatas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Minat Pengunjung (0,899), Oleh karena itu ketiga instrument tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,600 dan di nyatakan relibel, dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke langkah selanjutnya.

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas

VARIABE L	Cronchbach's Alpha	Ketentua n R _{table}	HASIL
X1	0.730	0.6	Reliabe l

X2	0.788	0.6	Reliabe 1
Y	0.899	0.6	Reliabe 1

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

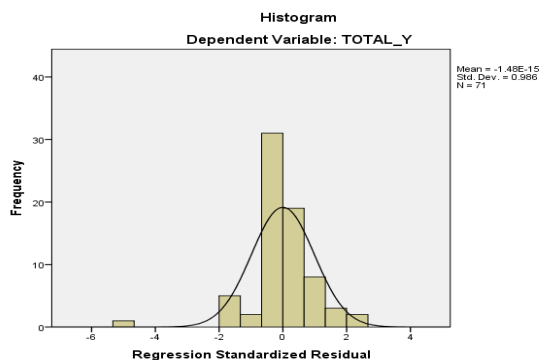
Hasil uji reabilitas tersebut menunjukkan semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing masing variabel dari kuesioner reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item- item pada masing masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Analisis Variabel

Uji Normalitas

Dimana untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, dan rasio. Uji Normalitas dapat berupa:

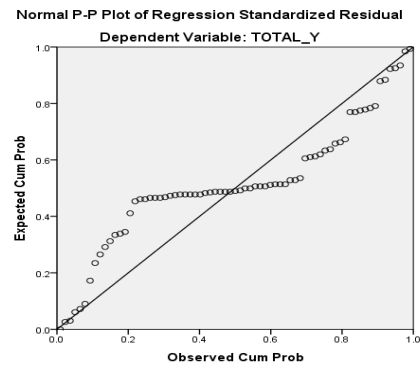
- Histogram dimana berupa tampilan bentuk grafis untuk menunjukkan distribusi data secara visual atau seberapa sering suatu nilai yang berbeda itu sering terjadi dalam suatu kumpulan data.
- Scatter Plot dimana sebuah grafik yang bisa digunakan untuk melihat suatu pola hubungan antara dua variabel. Dan agar bisa menggunakan scatter plot maka skala yang digunakan haruslah skala interval dan rasio.



Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Gambar 5. Hasil Uji Normalitas – Histogram

Dari gambar 5 dapat diketahui bahwa grafik membentuk gunung atau lonceng. Maka dengan ini data residual terdistribusi secara normal.



Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Gambar 6

P-P Plot of Regression Standardized Residual

Bedasarkan gambar 6 diketahui grafik normal P-P Plot bahwa titi-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Dengan ini maka data residual terdistribusi secara normal.

Uji T (Statistik)

Uji statistik t dimana untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait. Serta untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara parsial digunakan uji t dengan tingkat signifikan 5 %.

Tabel 10
Hasil Uji Singnifikan parameter individual (uji statistik t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig .
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.864	2.681		.695	.489

Pro mosi (X1)	.889	.098	.740	9.079	.000
---------------------	------	------	------	-------	------

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Phy sical Evi den ce (X2)	.042	.089	.638	4.471	.003
--	------	------	------	-------	------

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Berdasarkan data tabel 10 diperoleh R_{hitung} sebesar **9,079** pada tingkat sig sebesar 000. Hasil uji-t tersebut dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Ho: $\beta_1 \beta_2 \neq 0$: menunjukkan tidak terdapat pengaruh promosi dan *Physical evidence* terhadap minat pengunjung.

H1: $\beta_1 \beta_2 = 0$: menunjukkan terdapat pengaruh promosi dan *Physical evidence* terhadap minat pengunjung

Kriteria diterimanya hipotesis:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan $sig > 0,005$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Taraf nyata = 5% derajat kebebasan (df)=n-2 = 71-2 = 69

Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar **9,079** > t-tabel (9,079 > 1.995) dan $sig < 0,000$ (000<0,05) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengunjung.

Tabel.11
Menguji signifikan variabel Physical Evidence (X2)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	1.864	2.681		.695	.489

Berdasarkan data tabel 11 diperoleh t_{hitung} sebesar 4,471 pada tingkat Sig sebesar 0,003. Hasil uji-t tersebut dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

Ho: $\beta_1 \beta_2 \neq 0$: menunjukkan tidak terdapat pengaruh *Physical Evidence* terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.

H1: $\beta_1 \beta_2 = 0$: menunjukkan terdapat pengaruh *Physical Evidence* terhadap Minat Pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.

Kriteria diterimanya hipotesis:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Taraf nyata = 5%, derajat kebebasan (df) = n-2 = 71-2 = 69

Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,471 > t_{tabel} (4,471 > 1.995) dan $sig < 0,03$ (0,03 < 0,005) hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Physical Evidence* terdapat pengaruh signifikan terhadap minat pengunjung.

Uji F (Statistik)

Uji F dimana untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait, maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Dan jika probability F lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak dapat digunakan atau memprediksi variabel dependen dengan kata lain variabel indenpenden secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:
Ho: $\beta_1 \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara promosi dan *physical evidence* terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.

Ho: $\beta_1 \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh secara simultan antara promosi dan *physical evidence* terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang.

Dasar pengambilan keputusan Menurut (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:95):

1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas
 - a. Jika signifikan $F >$ tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) maka Ho ditolak, Ha diterima (berarti ada pengaruh).
 - b. Jika signifikan $F <$ tingkat kesalahan ($\alpha = 0,05$) maka Ho diterima Ha ditolak (berarti tidak ada pengaruh).
2. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai F-hitung:
 - a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak, Ha diterima (berarti ada pengaruh)
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho ditolak, Ha diterima (berarti tidak ada pengaruh).

Dengan penentuan F_{tabel} : Derajat kepercayaan 5% dengan uji dua sisi, dimana:
 $V1 = K =$ Jumlah variabel independen
 $V2 = n - k - 1$
 $= 71 - 2 - 1$
 $= 68$
 $F_{tabel} = (68)$

Setelah dilakukan pengujian maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji Singnifikan Simultan
(Uji Statistik F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	457.690	2	228.845	42.811	.000 ^b

Residual	363.493	68	5.345		
Total	821.183	70			

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Pada tabel dalam model ANOVA dapat diperoleh nilai signifikan sebesar ,000 dan Fhitung sebesar 42.811 tingkat signifikan sebesar 5% dimana:

$$V1 = K = 2$$

K = Jumlah variabel independen

$$V2 = n - K - 1$$

$$= 71 - 2 - 1 = 68$$

$$F_{tabel} = (68)$$

Maka, dapat nilai $F_{tabel} = 3,98$

Karena nilai F_{hitung} (42.811) > nilai $F_{tabel} = (3,98)$ dan nilai signifikan I_f (0,000) < tingkat kesalahan ($\alpha=0,05$) maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang. Hal ini berarti hipotesis ketiga penelitian ini dapat di terima.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda. Berikut ini merupakan hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 13
Hasil Uji Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.864	2.681	.695		.489
1 Promosi (X ₁)	.889	.098	.740	9.079	.000
Physical Evidence (X ₂)	.042	.089	.638	4.471	.003

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Bedasarkan tabel 4.11 diatas, maka nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dibentuk menjadi:

$$Y = 1.864 + 0.889 X_1 + 0.042 X_2$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara variabel bebas dalam penelitian ini yang lebih dominan pengaruhnya adalah Promosi yaitu sebesar 0.889 X₁.

Koefisien Korelasi dan Determinasi Koefisien Korelasi (R)

Keofisien Korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Keofisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf r dimana nilai r dapat bervariasi dari 1- sampai +1. Nilai r yang mendekati -1 atau +1 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel nilai r yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut. Dengan hasil pengolahan data SPSS diperoleh dari hasil sebagai berikut:

Table 14

Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.747 ^a	.557	.544	2.312	1.970

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Dari tabel 14. diatas diketahui bahwa responden sebanyak 71 dihasilkan nilai korelasi sebesar 0,747 untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi dari hasil perhitungan dengan menggunakan interpretasi nilai r sebagai berikut (Sugiyono 2014:250).

Tabel 15

Interprestasi Koefisien Korelasi

Besarnya pengaruh	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,339	Lemah
0,40-0,559	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Buku Sugiono 2017

Dari data diatas diambil kesimpulan bahwa antara variabel Promosi dan *Physical Evidence* terhadap minat pengunjung, mempunyai hubungan yang kuat karena memiliki nilai korelasi sebesar 0,747 (74,7%).

Koefisien Determinasi (R²)

Dimana model linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R²). Jika (R²) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terkait.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X terhadap variabel Y dengan menggunakan koefisien determinasi (R²) yang dinyatakan dalam persentase:

Tabel 16

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.747 ^a	.557	.544	2.312	1.970
---	-------------------	------	------	-------	-------

Sumber: hasil pengolahan dengan IBM SPSS version 20

Hasilnya sebagai berikut:

$$R^2 = 0,557 \times 100\% \\ = 55,7 \%$$

Dari hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel Promosi dan *Physical Evience* terhadap Minat Pengunjung sebesar 55,7%.

Pengujian hipotesis

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terkaitnya.

Bedasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

a. Jikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS:

a. Jika nilai sig, $< 0,05$ maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

b. Jika nilai sig, $> 0,05$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang

2. *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang

3. Promosi dan *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat pengunjung Hotel Grand Zuri Palembang

Daftar Pustaka

Amanah, Dita. 2010. *Pengaruh KualitasProduk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop* Cabang H. M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*. Vol. 2. No 1. (2010).

Assuri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Ayunda Arimurti,2015, “*jurnal Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Orchid Hotel Surakarta*”.

Berman, Barry & Evans, Joel R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach* (11th Ed.). New Jersey: Prentice Hall

Denny Kurniawan, 2013, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.1 Pengaruh promosi terhadap store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion*, Surabaya: Universitas Kristen Petra

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, P and G, Amstrong 2012. *Marketing: An Introduction 2012, Paperback, Revised*. Erlangga, Jakarta 2008 *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller,2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Yeni, Lukita Tripermata, Harsi Romli

- Laura Stefani,2012, *Operasional konsep bauran promosi di hotel amaris pemuda semarang*: Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
- Parawansyah A.S.,2014. *Analisis Pengaruh kualitas pelayanan bukti fisik dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Tree*, Makasar.
- Pristanto, Yanuar,2012. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada hotel Bintang Mulia Jember*, jawa barat
- Rambat Lupioadi, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta Selemba Empatt.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. CV. Linda Karya, Bandung.
- Sari, Renny Dwita,2017, *Jurnal Penentuan tarif sewa kamar dan biaya promosi untuk meningkatkan jumlah hunian kamar pada hotel Emilia Palembang*. Universitas IndoGlobal Mandiri
- Simamora, Henry. 2007.*ManajemenPemasaran Internasional*. Jakarta. Rineka Cipta
- Solekah Fitrotus,2018, *Physical Evidence dan Produk terhadap peningkatan kualitas layanan department Hotel Java Paragon*. Surabaya
- Sugiyono,2011. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&O* Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2007. *Azas-Azas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Ulfa, Maria, 2014. *Strategi Public Relation dalam meningkatkan jumlah custumers*. Yogyakarta
- VW Sujarweni (2015) *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Gava Media
- Widhiarsa, Okto,2011. *Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Hotel (Studi kasus pada Hotel Ciputra*. Semarang
- Wedyastuti, Ayu Tri 2011, *Jurnal Consumer Behavior*. Universitas Brawijaya

Website :

<http://organisasi.org/definisi-pengertian-promosi-fungsi-tujuan-bauran-promosi-promotional-miz-produk>

<http://www.scribd.com/doc/28915918/BAURAN-PROMOSI>