



Pengaruh Lokasi dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Imelda Hotel Padang: Peran Moderasi *Online Review*

Alif Akbar Alhamdi ¹, Youmil Abrian ²

^{1,2} Universitas Negeri Padang

E-mail: alifhamdi05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi dan bukti fisik terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Imelda Padang, dengan memperhatikan peran ulasan daring sebagai variabel yang memoderasi. Latar belakang penelitian didasarkan pada penurunan tingkat hunian kamar hotel yang diduga disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis serta fasilitas fisik yang belum memenuhi harapan tamu. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan data kuantitatif dan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan tamu menginap. Ulasan daring juga memberikan dampak yang signifikan, tetapi tidak berfungsi sebagai variabel pemoderasi yang kuat dalam hubungan antara lokasi dan bukti fisik dengan keputusan tamu untuk menginap. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen hotel untuk meningkatkan kualitas fasilitas fisik, membenahi lokasi, serta mengelola reputasi digital melalui respons terhadap ulasan tamu. Penelitian ini juga menambahkan wawasan dalam literatur pemasaran jasa dengan menekankan pentingnya faktor fisik dan digital dalam industri perhotelan.

Kata Kunci: Lokasi, Bukti Fisik, Keputusan Tamu Menginap, Ulasan daring

Abstract

This study analyzes the impact of location and physical evidence on guests' decisions to stay at Hotel Imelda Padang, taking into account the role of online reviews as a moderating variable. The background to the study is based on a decline in hotel occupancy rates, which is thought to be caused by an unfavorable location and physical facilities that do not meet guests' expectations. This study employs an associative approach, utilizing quantitative data and survey methods. The results indicate that location and physical evidence have a positive influence on guests' decisions to stay. Online reviews also have a significant impact, but they do not function as a strong moderating variable in the relationship between location and physical evidence and guests' decisions to stay. These findings have practical implications for hotel management to improve the quality of physical facilities, enhance the location, and manage digital reputation through responses to guest reviews. This study also adds insights to the service marketing literature by emphasizing the importance of physical and digital factors in the hospitality industry.

Keywords: Location, Physical Evidence, Guests' Decisions to Stay, Online Review

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan bagian penting dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata serta perekonomian lokal, terutama di kota-kota yang menjadi tujuan wisata seperti Padang. Namun, semakin ketatnya persaingan dan perubahan selera pengunjung memaksa pengelola hotel untuk memahami apa saja faktor yang mempengaruhi pilihan tamu dalam memilih tempat menginap. Salah satu contohnya adalah Imelda Hotel Padang yang mengalami penurunan besar dalam tingkat penghuniannya. Tingkat hunian turun drastis dari 87,2% pada bulan Desember 2024 menjadi hanya 22,31% pada bulan April 2025 [1].

Berdasarkan tinjauan ulasan daring dari tamu, terdapat dua permasalahan utama yang sering dikemukakan. Pertama, lokasi hotel dinilai kurang strategis karena jauh dari pusat kota dan area hiburan, sehingga memengaruhi kemudahan akses tamu, terutama ketika ingin mengunjungi tempat wisata atau pusat belanja. Kedua, aspek *physical evidence* atau bukti nyata dari layanan hotel juga sering dikritik oleh tamu, seperti desain interior yang dianggap tidak netral atau justru mengganggu rasa nyaman. Selain itu, ada keluhan tentang gangguan fasilitas, misalnya lampu yang padam secara mendadak saat waktu *check-out*, yang berdampak pada kepuasan pengalaman menginap tamu.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa lokasi dan *physical evidence* seperti tampilan interior serta fasilitas hotel memainkan peran penting dalam mengambil keputusan para pengunjung [2], [3]. Lokasi yang strategis, kemudahan akses, serta keamanan lingkungan menjadi hal yang utama dipertimbangkan oleh wisatawan [4]. Sementara itu, faktor seperti desain ruangan, fasilitas, dan suasana hotel bisa membentuk persepsi wisatawan tentang kualitas pelayanan [5], [6]. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memperlihatkan peran penting ulasan online sebagai bentuk bukti sosial yang sangat mempengaruhi persepsi serta keputusan pengunjung [7], [8].

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan dampak yang cukup besar dari *online review* terhadap keinginan tamu untuk memesan dan tingkat kesetiaan mereka [9], [10]. Namun, masih terbatas kajian yang mengintegrasikan ulasan online sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan menginap. Hal ini menciptakan celah dalam pengetahuan akademis, terutama dalam konteks hotel bintang empat di area yang tidak berada di pusat kota seperti Hotel Imelda Padang.

Artikel ini memberikan kontribusi baru dengan meneliti peran *online review* sebagai variabel moderasi yang bisa memperkuat atau memperlemah pengaruh lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu untuk menginap. Penelitian ini juga membantu memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tamu dalam konteks promosi jasa perhotelan yang menggunakan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) seberapa besar pengaruh lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu untuk menginap, dan (2) bagaimana peran *online review* sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis pengaruh lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu menginap di Imelda Hotel Padang serta menganalisis peran *online review* sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan data kuantitatif dan menggunakan metode survei [11]. Subjek penelitian adalah tamu yang pernah menginap di Imelda Hotel Padang dalam enam bulan terakhir serta tamu yang memiliki pengalaman dalam mengakses atau memberikan ulasan online mengenai hotel tersebut. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 200 orang. Penentuan jumlah responden mengacu pada pedoman yang menyarankan ukuran sampel minimal 10 hingga 15 kali jumlah indikator dalam model pengukuran [12]. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara langsung kepada tamu dalam bentuk cetak dan *Google Form*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik *Partial Least Squares* (PLS), yang memungkinkan analisis hubungan antar variabel,

baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam model yang kompleks. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0, melalui tiga tahapan utama: evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pengujian awal dalam analisis menggunakan SmartPLS 4.0 dimulai dengan evaluasi model pengukuran atau *outer model*. Salah satu pengujian utama dalam tahap ini adalah uji validitas, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan tepat. Sebuah instrumen dinyatakan valid apabila hasil pengukurannya benar-benar mencerminkan variabel yang ingin diteliti [13]. Validitas indikator individual dalam konteks SEM-PLS dievaluasi berdasarkan nilai *outer loading*. Menurut panduan umum, indikator dianggap valid apabila nilai *loading factor*-nya berada di atas 0,70 [14]. Indikator dengan nilai di bawah ambang tersebut sebaiknya dieliminasi dari model karena dapat mengganggu keakuratan hasil analisis secara keseluruhan.

Tabel 1. Hasil *Outer Loading Uji Convergent Validity*

Item	Lokasi	<i>Physical Evidence</i>	Keputusan Tamu Menginap	<i>Online Review</i>
L1	0.882			
L2	0.766			
L3	0.852			
L4	0.834			
PE1		0.844		
PE2		0.796		
PE3		0.834		
PE4		0.861		
KTM1			0.768	
KTM2			0.821	
KTM3			0.787	
KTM4			0.833	
KTM5			0.760	
OR1				0.796
OR2				0.867
OR3				0.761
OR4				0.860
OR5				0.872

Sumber: Olah Data SmartPLS 4.0

Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap *construct reliability* untuk menilai konsistensi internal antar indikator dalam setiap variabel. Pengujian ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu dengan menganalisis nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Kedua metode tersebut digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk. Nilai yang memadai menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel tersebut saling konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Tabel 2. Uji *Reliability* dan *Validity*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Keputusan Tamu Menginap	0.853	0.855	0.895	0.631
Lokasi	0.855	0.864	0.902	0.697
Online Review	0.889	0.897	0.918	0.693
Physical Evidence	0.854	0.862	0.901	0.695

Sumber: Olah Data SmartPLS 4.0

Hasil pengujian reliabilitas konstruk yang ditunjukkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berada di atas ambang batas 0,70, dengan rentang antara 0,853 hingga 0,889, yang menandakan konsistensi internal antar indikator sangat kuat. Nilai *Composite Reliability* (rho_c) juga berada dalam kisaran tinggi, yaitu antara 0,895 hingga 0,918, menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas gabungan yang memadai. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh variabel melebihi nilai minimum 0,50, yaitu berkisar antara 0,631 hingga 0,697. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk telah memenuhi validitas konvergen, yang berarti bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk mampu menjelaskan varians yang cukup besar dari konstruk yang diukur. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model telah terbukti valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Selanjutnya dilakukan pengujian *discriminant validity* untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model pengukuran benar-benar mengukur dimensi yang berbeda dan tidak terjadi tumpang tindih antar variabel. Dengan kata lain, *discriminant validity* bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lainnya dalam model. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*. Hasil pengujian *discriminant validity* secara lengkap ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 3. Nilai *Discriminant Validity*

	Keputusan Tamu Menginap	Lokasi	Online Review	Physical Evidence
Keputusan Tamu Menginap	0.794			
Lokasi	0.466	0.835		
Online Review	0.495	0.195	0.832	
Physical Evidence	0.495	0.126	0.218	0.834

Sumber: Olah Data SmartPLS 4.0

Hasil pengujian *discriminant validity* menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* sebagaimana ditampilkan pada Tabel menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi syarat validitas diskriminan. Nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) yang ditampilkan pada diagonal (berwarna tebal) memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya pada kolom dan baris yang sama. Misalnya, konstruk Keputusan Tamu Menginap memiliki nilai AVE sebesar 0.794, yang

lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan Lokasi (0.466), *Online Review* (0.495), dan *Physical Evidence* (0.495). Hal yang sama juga berlaku pada konstruk lainnya, seperti Lokasi (0.835), *Online Review* (0.832), dan *Physical Evidence* (0.834), yang masing-masing memiliki nilai diagonal lebih besar dari korelasi antar konstruk lainnya. Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki diferensiasi yang baik satu sama lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Evaluasi selanjutnya dilakukan pada *structural model (inner model)*, yang menggambarkan hubungan antar variabel laten dalam model PLS-SEM. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai kekuatan serta signifikansi hubungan antar konstruk yang telah dirumuskan dalam bentuk hipotesis penelitian. Terdapat tiga aspek utama yang dievaluasi dalam *inner model*, salah satunya adalah pengujian signifikansi hubungan antar variabel atau dikenal sebagai *direct effect*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan prosedur *bootstrapping* pada perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk memperoleh nilai T-statistic dan P-value. Suatu hipotesis dinyatakan signifikan dan diterima apabila memenuhi kriteria statistik, yaitu nilai T-statistic > 1,96 atau P-value < 0,05 [15].

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Lokasi → Keputusan Tamu Menginap	0.377	0.379	0.055	6.888	0.000
<i>Online Review</i> → Keputusan Tamu Menginap	0.381	0.382	0.058	6.542	0.000
<i>Physical Evidence</i> → Keputusan Tamu Menginap	0.393	0.387	0.064	6.133	0.000

Sumber: Olah Data SmartPLS 4.0

Hasil pengujian *inner model* melalui teknik *bootstrapping* sebagaimana ditampilkan pada Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan antar variabel dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap dengan nilai koefisien sebesar 0.377, T-statistic sebesar 6.888 (>1,96), dan P-value 0.000 (<0.05), sehingga hipotesis dapat diterima. Hal yang sama berlaku untuk variabel *physical evidence*, yang menunjukkan pengaruh signifikan dengan koefisien 0.393, T-statistic 6.133, dan P-value 0.000. Demikian pula, variabel *online review* juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan tamu menginap, dengan koefisien sebesar 0.381, T-statistic 6.542, dan P-value 0.000. Ketiga variabel tersebut terbukti secara statistik memiliki kontribusi terhadap pembentukan keputusan tamu dalam memilih menginap di Imelda Hotel Padang. Setelah pengujian hipotesis terhadap pengaruh langsung antar variabel selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah menganalisis pengaruh efek moderasi, yaitu untuk mengetahui apakah variabel *online review* berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu menginap. Analisis ini penting untuk memahami peran *online review* dalam konteks interaksi antar variabel. Hasil pengujian efek moderasi disajikan secara rinci pada Tabel berikut:

Tabel 5. Pengaruh Efek Moderasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
<i>Online Review X</i> Lokasi → Keputusan Tamu Menginap	0.095	0.094	0.059	1.600	0.110
<i>Online Review X</i> <i>Physical Evidence</i> → Keputusan Tamu Menginap	0.101	0.096	0.065	1.549	0.122

Sumber: Olah Data SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil uji pengaruh moderasi yang ditampilkan pada tabel di atas, variabel interaksi (*Online Review* × Lokasi dan *Online Review* × *Physical Evidence*) terhadap keputusan tamu menginap menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Nilai T-statistic masing-masing sebesar 1.600 dan 1.549, dengan P-value sebesar 0.110 dan 0.122, yang keduanya tidak memenuhi kriteria signifikan (T-statistic > 1.96 dan P-value < 0.05). Dengan demikian, peran *online review* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara lokasi maupun *physical evidence* terhadap keputusan tamu menginap tidak terbukti secara statistik dalam penelitian ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun *online review* berpengaruh secara langsung, namun tidak mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh lokasi dan *physical evidence* terhadap keputusan tamu secara signifikan dalam konteks penelitian ini.

B. Pembahasan

Hasil analisis dari 200 responden menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki rata-rata skor sebesar 4.09 dan termasuk dalam kategori baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah daya tarik alam sekitar (4.16), yang mencerminkan bahwa responden menilai positif lingkungan fisik sekitar hotel. Namun, indikator seperti kemudahan akses transportasi umum dan lokasi strategis memperoleh skor yang lebih rendah, yakni sekitar 4.005. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun lingkungan sekitar hotel dinilai menyenangkan, terdapat persepsi keterbatasan dalam hal aksesibilitas dan keterhubungan hotel dengan pusat aktivitas kota seperti area perbelanjaan atau objek wisata.

Secara teoritis, lokasi yang strategis tidak hanya mencakup kedekatan geografis terhadap pusat kota, tetapi juga kemudahan akses, keberadaan transportasi umum yang memadai, serta lingkungan yang aman dan nyaman untuk wisatawan. Ketika aspek-aspek tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi, hal ini dapat mengurangi daya tarik hotel bagi calon tamu. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa lokasi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran jasa, yang secara langsung berpengaruh terhadap persepsi kenyamanan dan kemudahan akses layanan yang diberikan [16].

Selanjutnya, variabel *physical evidence* atau bukti fisik layanan memperoleh skor rata-rata sebesar 4.18, yang juga tergolong dalam kategori baik. Indikator yang memperoleh skor tertinggi adalah kelengkapan fasilitas kamar dan kestabilan Wi-Fi, masing-masing sebesar 4.23. Ini menunjukkan bahwa fasilitas dasar seperti AC, televisi, dan konektivitas internet memegang peran penting dalam membentuk persepsi positif tamu terhadap kualitas layanan hotel. Konsep *physical evidence* mencakup keseluruhan tampilan visual, fasilitas fisik, serta atmosfer lingkungan hotel yang menjadi representasi dari kualitas layanan secara keseluruhan. Sarana pendukung seperti pencahayaan, desain interior, hingga kemudahan dalam mengakses informasi, menjadi elemen-elemen pendukung yang secara tidak langsung membentuk kepuasan dan kenyamanan tamu. Dalam hal ini, persepsi terhadap bukti fisik juga mencerminkan ekspektasi tamu terhadap profesionalitas dan

kredibilitas hotel. Temuan ini sesuai dengan pemahaman bahwa bukti fisik memainkan peran penting dalam menciptakan kesan awal dan memengaruhi keputusan calon tamu [2]. Dari sisi ulasan daring (*online review*), hasil analisis menunjukkan bahwa variabel ini memperoleh skor rata-rata 4.18, termasuk kategori baik. Indikator tertinggi adalah respons manajemen terhadap ulasan tamu dengan skor 4.29, yang menunjukkan bahwa tamu menghargai keterlibatan aktif pihak hotel dalam menanggapi masukan atau kritik pelanggan. Namun, skor yang relatif lebih rendah terlihat pada indikator volume ulasan di internet (4.11), menandakan masih adanya kekurangan dalam visibilitas dan eksposur ulasan online yang tersedia bagi calon tamu. *Online review* yang efektif mencerminkan beberapa aspek penting, seperti jumlah ulasan yang mencukupi untuk memberikan gambaran yang akurat, kualitas dan kredibilitas pengulas, serta waktu publikasi ulasan yang masih relevan. Respons cepat dan profesional dari manajemen hotel terhadap ulasan juga menunjukkan komitmen terhadap pelayanan pelanggan. Dalam konteks ini, ulasan online bukan hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi bentuk *social proof* yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepercayaan calon tamu. Hasil ini sejalan dengan kajian yang menyatakan bahwa ulasan online memiliki pengaruh signifikan terhadap proses pengambilan keputusan calon konsumen dalam memilih layanan perhotelan [9], [17].

Adapun variabel keputusan tamu menginap memiliki skor rata-rata sebesar 4.13, tergolong baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah intensi untuk kembali menginap di Imelda Hotel Padang pada kunjungan berikutnya, yang mencapai 4.30. Hal ini mencerminkan loyalitas tamu yang cukup tinggi terhadap layanan hotel. Keputusan menginap yang kuat tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman menginap sebelumnya, tetapi juga oleh keyakinan terhadap kualitas layanan, harga yang sesuai, dan reputasi hotel. Variabel ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan situasional yang kompleks, sebagaimana dijelaskan dalam teori perilaku konsumen [18], [19]. Hasil pengujian model struktural melalui metode SEM-PLS menghasilkan nilai R-square sebesar 0.552, yang menunjukkan bahwa 55.2% variabilitas keputusan menginap dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel lokasi, *physical evidence*, dan *online review*. Sementara itu, sisanya (44.8%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti harga, pelayanan, promosi, atau faktor eksternal lainnya.

Dari pengujian hipotesis langsung (*direct effect*), diketahui bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 6.888 (> 1.66), p-value sebesar 0.000 (< 0.05), dan koefisien jalur sebesar 0.377. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penilaian tamu terhadap lokasi hotel, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memilih menginap. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa lokasi yang baik memiliki kontribusi langsung terhadap preferensi konsumen dalam memilih hotel [20]. Begitu pula dengan variabel *physical evidence*, yang juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Nilai t-statistic sebesar 6.133, p-value 0.000, dan koefisien jalur 0.393 mengonfirmasi bahwa semakin baik kualitas fasilitas fisik dan desain interior-eksterior hotel, maka semakin besar kecenderungan tamu untuk memilih menginap. Temuan ini menguatkan pemahaman bahwa bukti fisik layanan merupakan aspek penting dalam membentuk persepsi awal dan keputusan pelanggan [2].

Namun, hasil pengujian terhadap variabel *online review* sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Nilai t-statistic untuk interaksi antara *online review* \times lokasi adalah 1.600 dengan p-value sebesar 0.110, dan interaksi antara *online review* \times *physical evidence* menghasilkan t-statistic 1.549 dengan p-value 0.122. Kedua nilai tersebut berada di bawah ambang batas signifikansi statistik, sehingga hipotesis moderasi tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *online review* memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan menginap, perannya sebagai moderator dalam memperkuat hubungan antara lokasi maupun bukti fisik dengan keputusan tamu

tidak terbukti secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap atribut fisik dan lokasi hotel tetap menjadi penentu utama, meskipun tamu juga mempertimbangkan ulasan daring sebagai sumber informasi [9], [17].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa lokasi, *physical evidence*, dan *online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap di Imelda Hotel Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi hotel, semakin lengkap dan memadai fasilitas fisik yang ditawarkan, serta semakin positif ulasan online yang diterima, maka semakin tinggi kemungkinan tamu memilih untuk menginap di hotel tersebut. Sebaliknya, jika ketiga aspek tersebut dinilai kurang memuaskan oleh tamu, maka kemungkinan mereka untuk menginap akan berkurang. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *online review* berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara lokasi dan *physical evidence* dengan keputusan tamu menginap tidak terbukti secara signifikan. Artinya, meskipun ulasan online memiliki pengaruh langsung, keberadaannya tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan tamu. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu terus memperhatikan dan meningkatkan ketiga faktor utama ini untuk mendorong keputusan tamu menginap yang lebih tinggi, tetapi juga perlu memahami bahwa peran ulasan online sebagai penguat hubungan antar variabel belum tentu berpengaruh secara konsisten dalam konteks ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] HRD Imelda Hotel Padang, "Laporan Tingkat Hunian Kamar," Imelda Hotel Padang, Padang, 2025.
- [2] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [3] A. Zeithaml, V. A. Parasuraman, and L. L. Berry, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. McGraw-Hill, 2018.
- [4] I. Wisman and R. Yulistia, "Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menginap Wisatawan di Hotel The Lovina Bali," *Jurnal Pariwisata Nusantara*, vol. 2, no. 1, pp. 34–41, 2020.
- [5] E. Erisha and F. Razati, "Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Tamu di Hotel Kampung Sumber Alam Garut," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 5, no. 2, pp. 112–120, 2017.
- [6] L. Larasati and D. Wulandari, "Pengaruh Bukti Fisik terhadap Loyalitas Tamu Hotel: Studi di Whiz Prime Hotel Padang," *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, vol. 8, no. 1, pp. 23–31, 2023.
- [7] R. Danish, M. N. Munir, and A. Qureshi, "Impact of Online Reviews on Hotel Booking Decisions: Evidence from Hospitality Industry," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 31, no. 3, pp. 1085–1103, 2019.
- [8] D. Ariansyah, L. Prasetyo, and R. Maulana, "Pengaruh Review Online terhadap Keputusan Menginap di Hotel," *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 11, no. 2, pp. 56–64, 2025.
- [9] M. Chua and S. Banerjee, "How Online Reviews Influence Purchase Intention: A Meta-Analytic Review," *Journal of Consumer Research*, vol. 48, no. 4, pp. 661–682, 2021.
- [10] A. Ladhari and M. Michaud, "eWOM Effects on Hotel Booking Intentions: The Role of Trust and Perceived Risk," *Tourism Management*, vol. 46, pp. 119–129, 2015.
- [11] A. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.
- [12] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019.

- [13] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [14] I. Ghozali and H. Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- [15] D. Savitri, *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.0*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [16] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- [17] X. Zhao, X. Wang, and L. Li, "The Influence of Online Reviews on Hotel Booking Intentions: A Meta-Analysis," *International Journal of Hospitality Management*, vol. 97, pp. 102–114, 2021.
- [18] M. R. Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 12th ed. Boston: Pearson, 2018.
- [19] S. Gössling, D. Scott, and C. M. Hall, "Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19," *J. Sustain. Tour.*, vol. 29, no. 1, pp. 1–20, 2021.
- [20] H. Sihite, R. Simanjuntak, and R. Sitanggang, "Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Grand Maju Hotel Doloksanggul," *J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 34–44, 2023.