



Analisis Pengaruh Amenitas *DoubleTree Cookie* dan *Brand Image* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Hotel Doubletree By Hilton Jakarta Bintaro Jaya

Gracia Eugene Hardjasa¹, Roozana Maria Ritonga²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: graciaeugene03@gmail.com, rritonga@bundamulia.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-01	DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya Hotel is one of the 5-star hotels located in South Tangerang. This hotel has a unique feature in one of its amenities. The amenity is DoubleTree Cookie. Every time you remember a hotel with the DoubleTree by Hilton brand, the DoubleTree Cookie amenity will stick. This research was conducted to determine the effect of amenities, especially DoubleTree Cookie and brand image on the revisit intention of this hotel. This research was conducted using a quantitative method. There were 100 respondents who participated in this study. Selected respondents were those who had stayed at the DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya Hotel. Data analysis was carried out using tests such as research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, and model feasibility tests. Each test was carried out through the SPSS 25 program. Based on the results of the T test, it is known that amenities (DoubleTree Cookie) and brand image partially influence the revisit intention. Based on the result of the F test, it is known that amenities (DoubleTree Cookie) and brand image simultaneously influence the revisit intention. Based on the determination coefficient test (R^2), it is known that amenities (DoubleTree Cookie) and brand image have an effect on the revisit intention. The effect is 52.8%. Based on the existing results, DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya Hotel is expected to be able to develop amenities (DoubleTree Cookie) and brand image to increase guests' revisit intention.
Keywords: <i>Amenities;</i> <i>DoubleTree Cookie;</i> <i>Brand image;</i> <i>Revisit Intention;</i> <i>DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya Hotel.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-01	Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya merupakan salah satu hotel berbintang 5 yang berlokasi di wilayah Tangerang Selatan. Hotel ini memiliki keunikan pada salah satu amenitiesnya. Amenitas tersebut adalah <i>DoubleTree Cookie</i> . Setiap mengingat hotel dengan <i>brand</i> DoubleTree by Hilton, amenities <i>DoubleTree Cookie</i> akan melekat. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh amenities khususnya <i>DoubleTree Cookie</i> dan <i>brand image</i> terhadap minat berkunjung kembali di hotel ini. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Terdapat 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden yang dipilih merupakan mereka yang pernah menginap di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Analisis data dilakukan menggunakan uji-uji seperti uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji kelayakan model. Setiap uji dilakukan melalui program SPSS 25. Berdasarkan hasil uji T, diketahui bahwa amenities (<i>DoubleTree Cookie</i>) dan <i>brand image</i> secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa amenities (<i>DoubleTree Cookie</i>) dan <i>brand image</i> secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa amenities (<i>DoubleTree Cookie</i>) dan <i>brand image</i> berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Pengaruh tersebut adalah sebesar 52,8%. Berdasarkan hasil yang ada, Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya diharapkan dapat melakukan pengembangan terhadap amenities (<i>DoubleTree Cookie</i>) dan <i>brand image</i> untuk meningkatkan minat berkunjung kembali para tamu.
Kata kunci: <i>Amenitas;</i> <i>DoubleTree Cookie;</i> <i>Brand image;</i> <i>Minat Berkunjung Kembali;</i> <i>Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.</i>	

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia pariwisata, inovasi dalam berbagai hal perlu dilakukan. Pariwisata merupakan kegiatan seorang individu ataupun kelompok untuk pergi dari tempat tertentu ke tempat yang lainnya. Pariwisata berfokus pada pemberian layanan bagi para wisatawan. Perkembangan dunia pariwisata yang terus

meningkat menimbulkan persaingan yang ketat dari berbagai industri. Industri yang termasuk adalah industri hotel, *food and beverages*, dan destinasi wisata.

Pariwisata telah menjadi suatu kebutuhan bagi masing-masing individu. Pariwisata yang dulunya merupakan suatu kebutuhan tersier, saat ini telah berubah menjadi kebutuhan

sekunder bahkan primer. Hal ini dapat terjadi dikarenakan seorang individu membutuhkan waktu untuk keluar dari kesibukan sehari-harinya. Rasa penat yang dirasakan membuat masing-masing individu mencari sesuatu yang baru untuk melakukan relaksasi. Hal ini bertujuan untuk menyeimbangkan kualitas hidup seorang individu sebelum kembali ke dalam aktivitas normalnya.

Kegiatan berwisata dapat dilakukan oleh setiap individu baik yang merupakan warga lokal maupun warga asing. Setiap individu berpotensi dalam melakukan pembelian produk-produk pariwisata dari berbagai industri. Contohnya adalah industri *food and beverages* dan industri hotel. Dalam industri *food and beverages* mencakup restoran, kafe, dan berbagai tempat makan dan minum lainnya. Sedangkan, dalam industri hotel mencakup berbagai macam hotel yang menjadi tempat beristirahat atau menginap bagi para wisatawan.

Industri hotel di negara Indonesia menjadi devisa negara yang akan terus berkelanjutan jika dikelola dengan baik. Industri hotel di Indonesia terbagi menjadi lima kelas yang diklasifikasikan berdasarkan jumlah bintangnya. Lima kelas hotel tersebut adalah berbintang 1, berbintang 2, berbintang 3, berbintang 4, dan berbintang 5. Semakin banyak jumlah bintang di suatu hotel, maka semakin baik pula kualitas dari hotel tersebut. Tak hanya kualitasnya, fasilitas yang terdapat di dalam hotel tersebut pun akan semakin memadai, terawat, dan lengkap.

Banyaknya hotel yang tersebar, menimbulkan daya saing bagi masing-masing hotel. Setiap hotel berupaya untuk menonjolkan diri agar dapat terus bertahan di dalam industri hotel. Persaingan yang ada dilakukan baik dari hotel berbintang 1 maupun 5. Persaingan tersebut pun disesuaikan berdasarkan jenis dan kelas dari masing-masing hotel. Maka dari itu, setiap hotel tidak berhenti melakukan inovasi guna menghadapi perubahan zaman dan tuntutan dari konsumen.

Salah satu grup hotel yang besar dan tersebar di berbagai negara adalah Hilton Worldwide. Produk akomodasi yang berasal dari Hilton Worldwide berjumlah lebih dari 20 *brand*. Salah satunya adalah DoubleTree by Hilton. Hotel DoubleTree by Hilton merupakan hotel kelas atas yang terkenal dengan pemberian pengalaman yang premium kepada para tamu. Tak hanya itu, DoubleTree dikenal dengan *signature cookie* yang dinamakan *DoubleTree Cookie*.

DoubleTree Cookie diberikan kepada tamu yang datang untuk menginap. Setiap tamu akan

mendapatkan *cookie* tersebut pada saat melakukan *check-in*. *Cookie* yang disajikan kepada tamu akan dipastikan dalam keadaan yang masih hangat. *Cookie* tersebut merupakan jenis *cookie* yang *chewy*. *DoubleTree Cookie* menjadi salah satu amenitas yang diberikan secara gratis kepada setiap tamu yang menginap.

DoubleTree Cookie dan brand Hotel DoubleTree merupakan hal yang telah menjadi satu kesatuan. Pemberian *DoubleTree Cookie* merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan citra dari Hotel DoubleTree sendiri. Maka dari itu, *brand image* yang diciptakan oleh *brand* Hotel DoubleTree akan terikat kuat dengan *DoubleTree Cookie* yang merupakan amenitas pada hotel tersebut. *Brand image* ini mulai dibangun sejak tahun 1996 dimana pada tahun tersebut *DoubleTree Cookie* pertama kali dibuat. *Cookie* tersebut pun bertahan hingga saat ini dan menjadi suatu amenitas yang unik dibandingkan dengan hotel lainnya. Pada umumnya hotel-hotel dengan kelas yang serupa dengan hotel DoubleTree memberikan *welcome drink* kepada tamu-tamu yang datang untuk menginap. Berbeda halnya dengan tamu dari hotel DoubleTree yang mendapatkan *welcome cookie*.

Pada tahun 2024, Hilton membuka hotel baru dengan brand DoubleTree. Hotel tersebut berlokasi di wilayah Tangerang Selatan tepatnya di area Bintaro. Saat ini, Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya diklasifikasikan sebagai hotel berbintang 5. Sama halnya dengan Hotel DoubleTree lainnya, hotel tersebut juga memberikan *welcome cookie* sebagai amenitas yang telah menjadi ciri khas *brand* DoubleTree. Namun, dikarenakan umur hotel yang belum mencapai satu tahun belum dapat dipastikan apakah amenitas *DoubleTree Cookie* berpengaruh signifikan terhadap minat untuk kembalinya bagi para tamu.

DoubleTree Cookie pada Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya dibuat dengan sedemikian rupa untuk dibagikan. Hotel tersebut juga berupaya untuk memperkenalkan *signature cookie*-nya kepada masyarakat yang tinggal di area Bintaro. Hal ini dilakukan dengan cara membagi-bagikan *cookie* pada saat *car free day*. Kemudian, Hotel ini juga memiliki maskot *cookie man* yang dalam kurun waktu tertentu akan berkeliling baik di dalam ataupun di luar hotel. Salah satu contohnya adalah "*Cookie man goes to BX Rink*" dimana *cookie man* berkeliling di dalam *ice skating rink*, Bintaro XChange Mall. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menemani tamu yang melakukan *staycation* di hotel ini. Hal tersebut

tentunya dapat menarik perhatian pengunjung *mall* dan secara tidak langsung akan memperkenalkan pula nama Hotel DoubleTree beserta *signature cookie*.

Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya terletak di Kota Tangerang Selatan. Kota ini memiliki hanya dua hotel berbintang 5, yaitu Hotel "DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya" dan "Hotel Tentrem Jakarta". Jarak antara kedua hotel tersebut adalah 13km. Walaupun terletak cukup jauh, persaingan kedua hotel akan tetap terjadi. Kedua hotel memiliki kemiripan antara satu dengan yang lainnya.

Pertama, kedua hotel tersebut sama-sama hotel baru yang melakukan pembukaan pada tahun 2024. Kemudian, keduanya dekat dengan pusat perbelanjaan. Namun, Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya memiliki keuntungan karena memiliki pintu *connecting* antara hotel dengan *mall*. Selanjutnya, kedua hotel dekat dengan gerbang tol sehingga dapat memudahkan tamu yang akan pergi ke bandara. Jarak antara Hotel Tentrem Jakarta dengan bandara Soekarno Hatta adalah 23km. Sedangkan, jarak antara Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya dengan bandara Soekarno Hatta adalah 31km. Namun, Hotel DoubleTree memiliki nilai tambah karena terkoneksi langsung dengan stasiun kereta. Stasiun tersebut adalah stasiun Jurang Mangu.

Sebagai salah satu hotel berbintang 5 di Tangerang Selatan, Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya tentunya harus berinovasi agar memiliki keunikan tersendiri. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan adalah *welcoming treatment* yang diberikan kepada setiap tamu yang datang dan menginap. Pemberian amenitas juga merupakan salah satu bentuk dari *welcoming treatment*. Pada hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, terdapat *loyalty program*. Program tersebut dapat diakses melalui aplikasi *Hilton Honors*.

Loyalty program yang ada mengklasifikasikan tamu menjadi *silver*, *gold*, dan *diamond member*. Setiap tamu tersebut juga akan mendapatkan amenitas khusus sesuai dengan golongannya. Amenitas yang disediakan adalah kapal, balon udara, *the nest*, dan *pear cake*. Terdapat pula *kids amenities* yang dikhususkan bagi para anak kecil. Berbeda dengan hotel pada umumnya yang menyajikan amenitas dengan buah atau *slice cake* saja.

Welcome treatment dalam bentuk makanan atau minuman tidak dilakukan oleh setiap hotel. Biasanya hanya hotel-hotel berbintang yang memberikan *welcome treatment* dalam bentuk

tersebut. Menurut (Darmawan, Kanom, & Nurhalimah, 2021), penyajian *welcome drink* merupakan suatu bentuk pelayanan yang diberikan oleh hotel. Pelayanan tersebut diberikan kepada tamu hotel yang baru datang. Hal ini berkaitan dengan prinsip industri *hospitality* yang mengunggulkan pelayanan sebagai nilai tambah. Dengan begitu, aplikasi dari pemberian *welcome treatment* berupa makan dan minum tentu wujud pelayanan yang pantas.

Tabel 1. Data *Welcome Treatment* Hotel Berbintang 5 Di Wilayah Tangerang Selatan

No	Nama Hotel	<i>Welcome Treatment</i> (Amenitas)
1.	Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya	Welcome signature cookie (<i>DoubleTree Cookie</i>)
2.	Hotel Tentrem Jakarta	Welcome drink (jamu)

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berikut merupakan data tabel dari *welcome treatment* yang diberikan hotel berbintang 5 yang ada di Tangerang Selatan. Dari data tersebut terlihat bahwa Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya memiliki keunikan dalam pemberian *welcome treatment*. Hal ini dikarenakan, *welcome treatment* yang diberikan berbentuk makanan, yaitu *cookie*. Berbeda halnya dengan Hotel Tentrem Jakarta yang memberikan *welcome drink*. Walaupun terdapat inovasi pemberian minuman berupa jamu, namun hal tersebut masih berada di dalam lingkup minuman. Hal tersebut masih serupa dengan hotel-hotel berbintang 4 di Kota Tangerang Selatan yang memberikan *welcome treatment* berupa *welcome drink*.

Tabel 2. Data *Welcome Treatment* Hotel Berbintang 4 Di Wilayah Tangerang Selatan

No	Nama Hotel	<i>Welcome Treatment</i> (Amenitas)
1.	Hotel Santika Premiere Bintaro	Welcome drink (jus)
2.	Aviary Bintaro	Welcome drink (<i>infused water</i>)
3.	Aston Bintaro Hotel & Conference Center	Welcome drink (<i>apple tea, infused water, etc.</i>)
4.	Swiss-Belhotel Serpong	Welcome drink (kopi, teh, dan jus) dan <i>welcome cake</i> (berdasarkan ketersediaan)
5.	Trembesi Hotel	Welcome drink (<i>ginger herbal</i> atau <i>orange juice</i>)
6.	Grand Zuri BSD City by ZHM	Welcome drink (<i>fruit punch</i> atau <i>infused water</i>)

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Tabel pada bagian atas berisikan data hotel berbintang 4 yang terletak di wilayah Tangerang Selatan yang menyajikan *welcome drink* sebagai

welcome treatment kepada tamu. Sama halnya dengan *welcome drink*, *welcome cookie* yang diberikan oleh Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya merupakan suatu pelayanan pula. *Welcome cookie* tersebut pun adalah salah satu usaha dalam pemberian *welcome treatment* bagi para tamu. Dengan adanya pelayanan tersebut, tentunya dapat memberikan citra yang baik bagi brand DoubleTree by Hilton. Citra tersebut akan berdampak positif bagi hotel sehingga dapat memberikan pemikiran yang positif pula ketika seseorang mendengar nama brand DoubleTree. Hal ini dikarenakan pengalaman baik akan tertanam di dalam memori para tamu.

Banyaknya hotel di daerah Tangerang Selatan akan menimbulkan adanya persaingan. Maka dari itu, selain menggunakan *DoubleTree Cookie* sebagai suatu ciri khas, DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya juga menggunakan nama "Jakarta". Hal ini bertujuan agar hotel dapat lebih dikenal oleh wisatawan baik dari nusantara maupun mancanegara mengingat Kota Jakarta adalah suatu kota yang besar dan padat penduduk di Negara Indonesia. Usaha tersebut dilakukan agar hotel menerima lebih banyak tamu untuk menginap atau berkunjung. Dengan demikian, diperlukan data terkait kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Jakarta untuk mengetahui tamu potensial yang dapat menginap ke Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya berdasarkan penggunaan nama Jakarta di hotel tersebut.

II. METODE PENELITIAN

Subjek pada suatu penelitian diperlukan sebagai suatu hal yang dapat diteliti. Subjek penelitian menurut (Suriani, Risnita, & Jailani, 2023) adalah semua pihak terpilih yang didasarkan oleh kepentingan penelitian. Subjek dari penelitian ini merupakan masyarakat yang pernah menginap di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Objek penelitian adalah hal yang bersifat tetap dan tidak dapat dipengaruhi oleh suatu penelitian. Sehingga, peneliti tidak bisa memanipulasi dan dinamika pada objek tidak terpengaruh oleh kehadiran dari peneliti. Menurut (Julianto, Samin, & Faizin, 2022), objek penelitian dapat didefinisikan sebagai hal yang menjadi suatu titik fokus di dalam sebuah penelitian. Objek pertama adalah amenities *DoubleTree Cookie* dan *brand image* yang menjadi variabel independen. Sedangkan, objek kedua adalah minat berkunjung kembali yang menjadi variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diperlukan dikumpulkan dengan cara menyebar sejumlah pertanyaan dan pernyataan di dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Kuesioner yang digunakan memanfaatkan media *google form* dalam penyebarannya. Dalam pengukurannya, kuesioner akan menggunakan skala likert. Sehingga, mempermudah ketika mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Skala likert yang dipakai adalah skala likert genap. Dalam (Wero, Sarman, Arsyad, & Arsyad, 2022), penilaian menggunakan skala likert dengan skala 4. Nilai 4 merupakan tanggapan yang paling tinggi. Sebaliknya, nilai 1 merupakan tanggapan yang paling rendah. Menurut (Sugiyono, 2020:174), keterangan nilai 1 sampai 4 adalah nilai 1 "Sangat Tidak Setuju", nilai 2 "Tidak Setuju", nilai 3 "Setuju", dan nilai 4 = "Sangat Setuju".

Populasi pada penelitian ini adalah mereka yang sudah menginap di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Menurut (Sugiyono 2020:127), sampel adalah komponen dari karakteristik dan jumlah yang terdapat pada populasi. Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang menghasilkan angka 99,688 dan dibulatkan menjadi 100. Pemenuhan sampel juga harus memenuhi syarat yang ditentukan. Beberapa syarat tersebut adalah pernah menginap di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya dan mengenal brand DoubleTree by Hilton.

Data-data yang telah terkumpul diolah melalui uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji kelayakan model. Uji instrumen penelitian mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Sedangkan uji kelayakan model mencakup uji parsial (T), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi (R^2).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	Sig.	
1	(Constant)	-4.488	3.271		.189
	Amenitas DoubleTree Cookie	.074	.083	.078	.388
	Brand Image	.319	.038	.718	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Output SPSS 25 (2025)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$= -6,458 + 0,054 + 0,319$$

2. Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error				
1 (Constant)	-402	4.260		-.094	.925	
Amenitas (DoubleTree Cookie)	.397	.060		.6572	.000	

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 2. Hasil Uji T Variabel Amenitas (DoubleTree Cookie) (X1)

Sumber: Output SPSS 25 (2025)

$$T \text{ tabel} = t(a/2 ; n-k-1)$$

$$= t(0,05/2 ; 100-2-1)$$

$$= t(0,025 ; 97)$$

$$= 1,988$$

Variabel amenitas (DoubleTree Cookie) (X1) terhadap minat berkunjung kembali (Y) memiliki hasil dimana nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $(6,572) > t$ tabel $(1,988)$.

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error				
1 (Constant)	-402	4.260		-.094	.925	
Amenitas (DoubleTree Cookie)	.397	.060		.6572	.000	

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 3. Hasil Uji T Variabel Brand image (X2)

Sumber: Output SPSS 25 (2025)

Variabel brand image (X2) terhadap minat berkunjung kembali (Y) memiliki hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $(11,808) > t$ tabel $(1,988)$.

3. Uji Simultan (F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	704.336	2	352.168	69.910	.000 ^b
	Residual	489.574	97	5.037		
	Total	1192.910	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
b. Predictors: (Constant), Brand Image, Amenitas (DoubleTree Cookie)

Gambar 4. Hasil Uji F

Sumber: Output SPSS 25 (2025)

$$F \text{ tabel} = f(a/2 ; n-k-1)$$

$$= f(0,05/2 ; 100-2-1)$$

$$= f(0,025 ; 97)$$

$$= 3,09$$

Pada uji F terdapat hasil nilai signifikan $0,000 < 0,5$ dan f hitung $(69,918) > f$ tabel $(3,09)$.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.582	2.24429

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Amenitas (DoubleTree Cookie)

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Output SPSS 25 (2025)

Pada uji koefisien determinasi didapatkan hasil *adjusted R square* yaitu sebesar $0,582$.

B. Pembahasan

1. Uji Regresi Linear Berganda

Nilai a adalah sebesar $-6,458$. Nilai tersebut adalah konstanta atau kondisi saat variabel minat berkunjung kembali belum dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel lain tersebut ada dua. Pertama, variabel amenitas (DoubleTree Cookie). Kedua, variabel brand image. Jika variabel independen (X) tidak ada maka, variabel minat berkunjung kembali tidak akan mengalami perubahan.

Nilai koefisien regresi X1 (b_1) adalah sebesar $0,054$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel amenitas (DoubleTree Cookie) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat berkunjung kembali. Hal tersebut mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel amenitas (DoubleTree Cookie) maka akan mempengaruhi minat berkunjung kembali sebesar $0,054$. Hal ini dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Penyebab dari hal tersebut adalah Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya memiliki amenitas yang terawat dan unik yang diberikan bagi para tamu. Salah satunya adalah amenitas DoubleTree Cookie yang tidak ditemukan di hotel brand lainnya.

Nilai koefisien regresi X2 (b_2) adalah sebesar $0,319$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel brand image memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat berkunjung kembali. Hal tersebut mengartikan bahwa setiap kenaikan 1

satuan variabel *brand image* maka akan mempengaruhi minat berkunjung kembali sebesar 0,319. Hal ini dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Penyebab dari hal tersebut adalah Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya berada di bawah brand ternama yang sudah dikenal di kalangan masyarakat. Sehingga, citra yang muncul pada hotel tersebut tentunya akan baik di mata para tamu. Hal tersebut dibuktikan pula pada ulasan positif yang diberikan oleh tamu hotel di beberapa *platform*.

2. Uji Parsial (T)

Secara parsial nilai signifikansi pengaruh amenities (*DoubleTree Cookie*) terhadap minat berkunjung kembali (Y) adalah $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung (6,572) > t tabel (1,988). Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima. Hal tersebut berarti amenities (*DoubleTree Cookie*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Selanjutnya, secara parsial pula, nilai signifikansi pengaruh *brand image* terhadap minat berkunjung kembali (Y) adalah $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung (11,808) > t tabel (1,988). Dengan demikian, H02 ditolak dan Ha2 diterima. Hal tersebut berarti *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Nilai a adalah sebesar -6,458.

3. Uji Simultan (F)

Secara simultan nilai signifikansi pengaruh amenities (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* terhadap variabel dependen adalah $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung (69,918) > f tabel (3,09). Dengan demikian, H03 ditolak dan Ha3 diterima. Hal tersebut berarti amenities (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dalam penelitian ini, variabel amenities (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* memiliki koneksi yang kuat dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali.

Amenitas yang diberikan terutama amenities *DoubleTree Cookie* merupakan ciri khas dari Hotel DoubleTree by Hilton. Sama halnya dengan Hotel DoubleTree lainnya, Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya juga menyediakan amenities *DoubleTree Cookie*. Sehingga, setiap

mengingat *brand* tersebut, amenities *DoubleTree Cookie* pun akan teringat pula oleh para tamu. Kedua variabel tersebut berkesinambungan untuk mempengaruhi minat berkunjung kembali secara lebih kuat. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang telah dilakukan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil dari data koefisien determinasi yang telah diolah, terlihat bahwa nilai dari koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0,582. Jika dipersentasekan, maka $0,582 = 52,8\%$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari variabel amenities (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* terhadap minat berkunjung kembali adalah sebesar 0,582 atau 52,8%. Angka sebesar 47,2% merupakan nilai bagi variabel lainnya yang tidak ikut diteliti namun memiliki pengaruh pula terhadap minat berkunjung kembali. Terdapat kemungkinan dari variabel lain seperti faktor sosial, kualitas produk, kualitas layanan, dan lainnya yang dapat memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Minat berkunjung kembali merupakan hasil timbal balik dari pengalaman yang dialami oleh tamu. Walaupun pengalaman bersifat individu, namun pengalaman yang diberikan oleh hotel tidak dapat dipukul rata kepada setiap tamu. Hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa faktor tertentu yang bisa mempengaruhi pengalaman tersebut. Beberapa di antaranya adalah preferensi pribadi, lingkungan sosial, latar belakang tamu, dan lainnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi pula bagaimana variabel amenities (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali ke Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari uji T, variabel amenities (*DoubleTree Cookie*) memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Hal tersebut mengartikan H01 ditolak dan Ha1 diterima. Kemudian, berdasarkan uji yang sama pula variabel *brand image* memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro

Jaya. Hal tersebut mengartikan H02 ditolak dan Ha2 diterima.

Berdasarkan hasil dari uji F, variabel amenitas (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Hal tersebut mengartikan H03 ditolak dan Ha3 diterima.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi (R^2), didapatkan nilai sebesar 0,582. Nilai tersebut mengartikan bahwa variabel amenitas (*DoubleTree Cookie*) dan *brand image* memiliki pengaruh sebesar 58,2% terhadap minat berkunjung kembali di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Sedangkan, sebesar 47,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, nilai dari minat berkunjung kembali secara keseluruhan di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya tergolong sangat tinggi, yaitu sebesar 3,43. Walaupun demikian, masih terdapat hal-hal yang dapat dikembangkan di hotel tersebut.

1. Saran Bagi Pengelola

Pertama, terkait dengan area parkir. Beberapa tamu merasa kesulitan untuk mencari parkir terutama pada saat *weekend*. Hal ini dikarenakan, parkir hotel menyatu dengan parkir *mall*. Tak hanya itu, terdapat pula tamu yang parkir jauh dari akses masuk ke dalam hotel. Penulis memiliki saran bagi pengelola untuk menyewa lahan parkir *mall* yang dekat dengan akses masuk ke dalam hotel. Parkiran tersebut dapat dikhususkan bagi para tamu hotel. Dengan demikian dapat meminimalisir tamu yang kesulitan untuk mencari parkir ketika *mall* sedang ramai pengunjung.

Kedua, terkait dengan kehangatan *DoubleTree Cookie*. *DoubleTree Cookie* tidak mendapatkan kritik terhadap rasanya. Namun, kehangatan dari *DoubleTree Cookie* menjadi perhatian karena terdapat tamu yang merasa *DoubleTree Cookie* yang diterima kurang hangat. Kedepannya, pengelola dapat menyediakan *microwave* di dekat area *front office*. Ketika terdapat tamu yang melakukan *check-in*, staf *front office* dapat memberikan *DoubleTree*

Cookie dengan memberikan pilihan bagi tamu untuk perlu dihangatkan lagi atau tidak.

Selain itu, berdasarkan kritik dan saran terdapat masukan untuk OPEN} *Restaurant*. Kedepannya, pengelola dapat lebih memperhatikan arus antri para tamu ketika hendak mengambil makanan. Kecepatan dan kecekatan para staf untuk melayani tamu juga dapat ditingkatkan. Selain itu, variasi makanan di restoran tersebut juga dapat dibuat lebih bermacam-macam. Terakhir terkait restoran, kualitas rasa dapat dibuat lebih konsisten setiap harinya.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat kemungkinan dimana kedepannya ada peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penulis. Bagi peneliti yang akan mengambil penelitian yang sama, terdapat hal-hal yang dapat dikembangkan. Salah satu contohnya adalah menambah variabel-variabel lain. Hal ini dikarenakan masih banyak variabel di luar penelitian ini yang berkemungkinan untuk mempengaruhi minat berkunjung kembali. Sehingga, peneliti selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang lebih maksimal dibandingkan oleh penulis. Kemudian, peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden. Hal ini dilakukan agar jumlah responden yang diterima nantinya dapat lebih mewakili angka kunjungan di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Darmawan, R. N., Kanom, & Nurhalimah. (2021). PENGEMBANGAN WELCOME DRINK BERBAHAN DASAR TEMULAWAK (*Curcuma xanthorrhiza roxb*) BERBASIS PEMODELAN MATEMATIKA DAN EKSPERIMEN. *Jurnal Karya Pendidikan Matematika*, 7-12.
- Julianto, P., Samin, & Faizin. (2022). EVALUASI PENERAPAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN IAIN KERINCI. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 274-280. doi:<https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4962>
- Nurbaeti, Rahmaita, M., Amrullah, Ratnaningtyas, H., & Nurmalinda, E. (2022). Pengaruh

- Komponen 4A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. *Jurnal Kawistara : Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 354-367. doi:<https://doi.org/10.22146/kawistara.69846>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. doi:978-602-289-533-6
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 24-36. doi:<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Wero, L. O., Sarman, Arsyad, L. F., & Arsyad, W. O. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penyelenggaraan Praktikum di Laboratorium Terpadu Unit Fisika Universitas Halu Oleo Semester Genap Tahun 2022. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 762-766.