

DAMPAK PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMESANAN KONSUMEN PADA HOTEL BERBINTANG DI KOTA MALANG

Aditiya Pratama Nugroho¹, Adelia Sandra Swastika Putri², Liyandri Rasbina Tarigan³

^{1, 2, 3}Universitas PGRI Semarang, Jl Sidodadi, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Email: aditiyapratama@upgris.ac.id

Article History

Received: 08-07-2024

Revision: 16-07-2024

Accepted: 18-07-2024

Published: 31-07-2024

Abstract. Post covid 19 pandemic is an important issue in the business world, especially in the hospitality sector, the implementation of health protocols is one of the references for consumers' sense of security to stay at the hotel, besides that massive promotions are carried out by hotels to attract consumer interest in making reservations in the post-pandemic era covid 19. This study aims to analyze the effect of implementing health protocols and promotions on booking decisions for star hotels in Malang city. the method used is purposive sampling, with 120 respondents. the test used is multiple linear regression. The results showed that the health protocol variable had a positive and significant effect on booking decisions for star hotels in Malang city, then the promotion variable had no effect on booking decisions for star hotels in Malang city. The F test shows that the health protocol and promotion variables have a positive and significant effect on booking decisions for star hotels in Malang city.

Keywords: Hotel Booking Decision, Health Protocol, Promotion

Abstrak. Pasca pandemi covid 19 menjadi isu penting dalam dunia usaha khususnya di bidang perhotelan, penerapan protokol kesehatan menjadi salah satu acuan rasa aman konsumen untuk menginap di hotel, selain itu promosi besar-besaran dilakukan oleh pihak hotel. untuk menarik minat konsumen dalam melakukan reservasi di era pascapandemi covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan protokol kesehatan dan promosi terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang. metode yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Uji yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel protokol kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang, kemudian variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel protokol kesehatan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang.

Kata Kunci: Keputusan Pemesanan Hotel, Protokol Kesehatan, Promosi

How to Cite: Nugroho, A. P., Putri, A. S. S., Tarigan, L. R. (2024). Dampak Penerapan Protokol Kesehatan dan Promosi terhadap Keputusan Pemesanan Konsumen pada Hotel Berbintang di Kota Malang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (3), 1154-1165. <http://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i3.1504>

PENDAHULUAN

Sejak pandemi covid-19 masuk ke indonesia, bisnis jasa perhotelan menjadi salah satu bisnis yang paling terdampak oleh adanya virus ini, bahkan ada beberapa hotel berbintang tutup sementara dan melakukan PHK karyawannya. Dengan adanya pembatasan sosial konsumen hotel tidak dapat lagi secara leluasa untuk *chek in*. Setelah pandemi melewati masa kritisnya

namun masih dalam status waspada, penerapan aturan kesehatan terus dilakukan untuk berbagai sektor termasuk industri akomodasi dan pariwisata. Dilansir dari situs *online travel agent* ternama di Indonesia Traveloka memaparkan bahwa penerapan aturan kesehatan yang digagas oleh Kemenparekraf yaitu CHSE, CHSE ialah program Kemenparekraf tentang penerapan upaya aturan kesehatan yang mengacu pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Menurut riset yang dilakukan (Benu & Nefianto, 2023) adanya penerapan aturan kesehatan juga akan memicu konsumen untuk melakukan keputusan pemesanan kamar hotel. Keputusan menginap merupakan perilaku konsumen akhir setelah menentukan pilihannya diantara beberapa pilihan yang ada, untuk menginap di salah satu jenis penginapan baik itu hotel, *guest house*, *hostel* dan yang lainnya (Kristanto & Wahyuni, 2019).

Selain penerapan aturan kesehatan yang dapat mempengaruhi keputusan memesan hotel setelah pandemi, adanya promosi sangat diperlukan untuk sektor perhotelan, ini dilakukan untuk menarik minat konsumen pada saat setelah pandemi berlangsung. Promosi merupakan kegiatan untuk mengingatkan konsumen, memberitahukan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk mau mengunjungi hotel mereka (Kotler & Keller, 2018). Promosi harus lebih masif dilakukan pasca pandemi yang sangat menjatuhkan sektor ini sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pemesanan kamar hotel. Keputusan pembelian ialah kegiatan akhir yang dilakukan konsumen untuk membeli atau memesan produk jasa yang digunakan pada konsumsi pribadi (Kotler & Keller, 2016). Teori perilaku konsumen tentang keputusan untuk melakukan pembelian memaparkan beberapa proses didalamnya seperti adanya masalah, mengeksplorasi informasi, melakukan pilihan evaluasi, keputusan akhir membeli, dan perilaku pasca beli (Kotler & Armstrong, 2018).

Malang salah satu kota wisata dan kota berbasis pendidikan, dinobatkan kota wisata paling terkenal ke tujuh oleh Tim (2021) dan kota pendidikan peringkat ke empat paling dikenal masyarakat yang dinyatakan Pratiwi (2022) dengan potensi tersebut Malang memiliki pertumbuhan bisnis akomodasi yang sangat bagus, salah satunya terdapat 35 hotel kategori berbintang dan 61 hotel kategori non berbintang di Kota Malang (BPS Kota Malang, 2023). Riset keputusan pemesanan hotel sudah sangat banyak dilakukan, dengan berbagai variabel penelitian, namun dari banyaknya riset tersebut banyak hasil yang tidak konsisten pada variabel yang sama, sehingga ini sangat menarik untuk dikupas lebih lanjut. Adapun gap riset yang ditemukan di beberapa penelitian dengan topik yang sama yaitu sebagai berikut:

Gap riset yang ditemukan Sesario & Haryati (2022); Jatmiko & Faozen (2021); Marwani

et al., (2023) menemukan penerapan protokol kesehatan berpengaruh terhadap keputusan menginap, berbeda dengan Fahimah & Umsa (2022); Sianturi (2021) yang mendapat hasil penerapan protokol kesehatan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap. Selain itu Chandra & Tielung (2015); Sinulingga & Winata (2023); Beslar *et al.*, (2022) mengungkapkan hasil bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap, hal ini juga berbeda dengan Dewi *et al.*, (2020), William *et al.*, (2023) yang menemukan bahwa promosi memiliki efek pengaruh terhadap keputusan menginap.

Berdasarkan fenomena gap riset tersebut terlihat adanya inkonsistensi pada variabel penerapan protokol kesehatan dan promosi kesehatan. Selain ditemukannya gap riset adanya masalah kunjungan hotel yang menurun membuat PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) kota malang menunjukkan adanya penurunan hunian kamar di bulan ke empat dan kelima tahun 2022, kamar hotel hanya terisi 20-25% (Dwinanda, 2022). Masalah yang muncul ialah menurunnya tingkat hunian kamar di Hotel Berbintang Kota Malang, oleh karena itu perlu dipelajari lebih lanjut untuk membahas faktor yang mempengaruhi keputusan pemesanan hotel berbintang di Kota Malang. Berdasarkan rumusan masalah, maka pertanyaan penelitiannya adalah: 1) Apakah protokol kesehatan berpengaruh terhadap keputusan pemesanan hotel? 2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pemesanan hotel? 3) Apakah protokol kesehatan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pemesanan hotel?

METODE

Riset kali ini menggunakan angket pernyataan untuk mengumpulkan informasi dari responden, dan didalam riset ini tidak diketahui jumlah populasi pastinya. Teknik pengambilan sampling menggunakan insidental sampling yang berdasarkan kebetulan dan sesuai dengan kriteria responden yang telah ditentukan Sugiyono, (2010) yaitu konsumen yang pernah mengunjungi hotel berbintang dan non berbintang dikota malang. Menurut ahli responden yang ideal didapatkan dari jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10, maka didapatkan 12 indikator x 10 = 120 responden (Hair et al., 2020). Riset ini menggunakan skala likert 7 pengukuran yang dianggap lebih akurat dalam melakukan penilaian suatu angket, mulai dari, sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup tidak setuju, netral, cukup setuju, setuju, sangat setuju (Munshi, 2014). Cara pengumpulan angket kuesioner dalam riset ini menggunakan *google form* hal ini dilakukan untuk mempermudah responden yang dapat mengisi angket.

Definisi operasional variabel dalam riset ini dijelaskan oleh 3 variabel. Keputusan pembelian ialah keputusan yang dibuat oleh konsumen setelah melewati evaluasi dan merupakan pilihan akhir untuk menggunakan produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016).

Adapun indikator pengukuran yang digunakan menurut Abdullah & Tantri (2013) ialah melakukan pilihan evaluasi, keputusan akhir membeli, dan perilaku setelah beli. Selanjutnya aturan kesehatan atau CHSE yang memiliki arti penerapan aturan kesehatan dibidang akomodasi dan pariwisata, indikatornya ialah kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Terakhir yaitu promosi yang memiliki arti kegiatan pelaku usaha untuk menjadi pengingat konsumen, memberikan wawasan konsumen dan mengajak konsumen untuk dapat menggunakan produk dan jasanya, indikatornya ialah periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung (Kotler & Armstrong, 2018).

Riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai uji regresi linier berganda. Pertama melakukan uji pra regresi linier berganda yaitu uji validitas dan reliabilitas, validitas membandingkan nilai r hitung harus $>$ dari r tabel maka bisa diasumsikan valid (Sugiyono, 2010:455). Uji reliabilitas diukur dengan melihat *cronbach alpha* harus $>$ 0,60 bisa dikatakan reliabel Arikunto (Asnawi & Masyhuri, 2011). Selanjutnya melakukan uji asumsi klasik diawali dengan uji normalitas dengan acuan uji *kolmogorov smirnov* dengan memastikan nilai signifikansi melebihi angka 0,05 maka dinyatakan berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Uji multikolinieritas justifikasi yang digunakan ialah nilai VIF harus $>$ 10 (Widana & Muliani, 2020). Uji asumsi klasik yang terakhir yaitu uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* dimana variabel penjelas tidak boleh signifikan, jadi harus lebih besar dari 0,05 (Widana & Muliani, 2020).

Setelah dilakukan pra pengujian regresi linier berganda, termasuk didalamnya uji asumsi klasik, maka selanjutnya dilakukan uji regresi linier berganda, melihat hasil koefisien determinasi, uji F untuk melihat pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y dan uji T untuk melihat pengaruh secara satu persatu antara variabel X terhadap variabel Y. Pembahasan akan dilakukan setelah mengetahui hasil analisis hingga tahap akhir, kemudian dilanjutkan dengan menarik Kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian ini, sehingga nanti dapat diketahui juga terkait dengan kekurangan, kelebihan serta rencana dan rekomendasi penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang oleh peneliti selanjutnya. Hasil akan ditampilkan analisis regresi linier berganda yang nantinya akan menampilkan angka dengan kriteria tertentu, sehingga akan mengetahui apakah kedua variabel independen tersebut berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

HASIL

Profil Responden

Tabel 1. Profil responden

Variabel Demografi		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki -laki	44	36.6%
	Perempuan	76	63.3%
Umur	17-26	34	28.3%
	27-42	81	67.5%
	>42	5	4.2%
Gaji	< Rp. 2.000.000	4	3.3%
	Rp.2.000.000 - Rp. 4.000.000	27	22.5%
	Rp.4.000.000 - Rp. 6.000.000	83	69.2%
	Rp.6.000.000 - Rp. 8.000.000	3	2.5%
	> Rp. 8.000.000	3	2.5%
Dalam satu tahun mengunjungi hotel berbintang di Kota Malang	1	17	14.2%
	2	91	75.8%
	>2	12	10.0%

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 120 responden yang ada, didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan total 63.3%. Umur responden yang paling banyak mengunjungi hotel berbintang di Kota Malang dalam penelitian ini yaitu rentang 27 tahun sampai 42 tahun, dengan gaji rata rata Rp.4.000.000 - Rp. 6.000.000 dan frekuensi terbanyak mengunjungi hotel dalam satu tahun ialah sebanyak dua kali kunjungan dalam satu tahun.

Uji Validitas

Uji validitas yang baik akan melibatkan berbagai teknik dan metode, seperti analisis faktor dan korelasi, untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memberikan data yang akurat dan relevan. Dengan demikian, uji validitas adalah langkah esensial dalam pengembangan dan penggunaan instrumen penelitian untuk memastikan integritas dan keandalan hasil yang diperoleh. Melihat hasil pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang dimuat pada kuesioner telah valid dan memenuhi syarat yaitu r hitung > r tabel (Sugiyono, 2010). Tampak pada tabel 2, r tabel dalam riset kali ini adalah sebesar 0,248, jika dibandingkan dengan r hitungnya maka semua dari item pernyataan dalam kuesioner riset ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Protokol Kesehatan	X1.1	0,854	0,248	Valid
	X1.2	0,856		Valid
	X1.3	0,772		Valid

Promosi	X1.4	0,818	Valid
	X2.1	0,903	Valid
	X2.2	0,900	Valid
	X2.3	0,790	Valid
Keputusan Pemesanan	Y1.1	0,822	Valid
	Y1.2	0,779	Valid
	Y1.3	0,911	Valid
	Y1.4	0,803	Valid
	Y1.5	0,883	Valid
	Y1.6	0,894	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
0.950	13

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Tabel 3 memperlihatkan hasil bahwa instrumen yang digunakan didalam riset kali ini sudah reliabel dengan syarat yang ditentukan dengan melihat *cronbach alpha* harus $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil uji normalitas

<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
	.075 ^c

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Kemudian tahap awal uji asumsi klasi diawali dengan uji normalitas, tampak pada tabel 4 menunjukkan nilai *Asym.sig (2tailed)* sebesar 0,075 dengan arti lebih besar dari 0,05, jadi data dalam riset kali ini dinyatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil uji multikolinieritas

<i>Colinearity Statistics</i>	
<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
.397	.2519
.397	.2519

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Kemudian pada tabel 5 menampilkan hasil uji multikolinieritas dengan arti bahwa nilai VIF pada tabel di atas > dari angka 10, sehingga dapat dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil uji heteroskedastisitas

Model	Understandarized		Standarized Coefficient		
	B	Std.Error	Beta	t	sig
(Constant)	2.570	1.789		1.437	0.158
TOTAL_X1	0.087	0.119	0.175	0.733	0.468
TOTAL_X2	-0.18	0.128	-0.336	-1.408	0.166

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Tabel 6 dengan sangat jelas menunjukkan bahwa dalam riset ini tidak ada gejala Heteroskedastisitas, hal ini dibuktikan dengan angka nilai signifikansi yang > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa uji pra syarat dalam riset kali ini menunjukkan layak untuk dilakukan uji selanjutnya yaitu regresi linier berganda.

Uji Regresi Linier Berganda

Nilai *constant* pada penelitian ini menunjukkan angka 2,142 dengan arti keputusan pemesanan akan bernilai sebesar 2,142 apabila tidak dipengaruhi oleh kedua variabel independen tersebut. Dapat dilihat kembali pada tabel 7 bahwa nilai koefisien protokol kesehatan (X1) memiliki nilai positif 1,208 yang memiliki arti ketika penerapan protokol kesehatan naik satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pemesanan konsumen untuk berkunjung dan menginap pada hotel berbintang di Kota Malang, begitu juga sebaliknya jika penerapan protokol kesehatan mengalami penurunan maka akan menurunkan juga keputusan pemesanan konsumen.

Tabel 7. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Understandarized		Standarized Coefficient		
	B	Std.Error	Beta	t	sig
1 (Constant)	2.142	2.580		0.830	0.411
TOTAL_X1	1.208	0.172	0.767	7.016	0.000
TOTAL_X2	.265	0.184	0.157	1.440	0.157

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Nilai koefisien promosi (X2) bernilai positif 0,265 yang memiliki arti ketika promosi ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pemesanan konsumen untuk berkunjung dan menginap pada hotel berbintang di Kota Malang, begitu juga sebaliknya jika

kegiatan promosi mengalami penurunan maka akan menurunkan juga keputusan pemesanan konsumen.

Analisis koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil analisis koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.895 ^a	0.801	0.791	2.374

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel X dan variabel Y. dapat dilihat pada tabel 8 nilai *adjusted r square* pada riset ini sebesar 0,791. Menurut Sugiyono, (2017) nilai tersebut masuk ke dalam kategori kuat. Jadi keputusan pemesanan konsumen dalam riset ini dipengaruhi oleh penerapan protokol kesehatan dan promosi sebesar 79,1% sisanya dipengaruhi oleh hal yang lainnya diluar riset ini.

Uji Simultan

Tabel 9. Hasil analisa uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	951.118	2	475.559	84.350	0 ^b
Residual	236.793	117	5.638		
Total	1187.911	119			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen atau X berpengaruh secara serentak terhadap variabel dependen atau Y, sehingga dapat dilihat dari uji F dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan didapatkan nilai F hitung $84,350 > F$ tabel 3,22 (Ghozali, 2018). maka memiliki arti variabel protokol kesehatan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pemesanan. Jadi hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

Uji Parsial

Tabel 10. Hasil uji t

Model	Understandarized		Standarized Coefficient		
	B	Std.Error	Beta	t	sig
1 (Constant)	2.142	2.580		0.830	0.411
TOTAL_X1	1.208	0.172	0.767	7.016	0.000
TOTAL_X2	.265	0.184	0.157	1.440	0.157

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen atau X berpengaruh secara satu persatu terhadap variabel dependen atau Y, sehingga dapat dilihat dari uji t pada tabel 10

bahwa variabel protokol kesehatan (X1) memiliki t hitung $7,016 > t$ tabel $1,681$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dengan arti penerapan protokol kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemesanan konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sesario & Haryati (2022), Jatmiko & Faozen (2021), dan Marwani *et al.*, (2023) bahwa penerapan protokol kesehatan berpengaruh terhadap keputusan menginap, sehingga ini harus dipertahankan oleh pihak manajemen hotel berbintang di kota Malang agar konsumen tetap loyal.

Sedangkan variabel promosi memiliki t hitung $1,440 < 1,681$ dan tingkat signifikansi $0,157 > 0,05$ dengan arti variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemesanan konsumen. Sehingga H1 dalam riset ini diterima dan H2 dalam riset ini ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chandra & Tielung (2015); Sinulingga & Winata (2023); Beslar *et al.*, (2022) yang mengemukakan hasil penelitiannya bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap konsumen.

DISKUSI

Protokol kesehatan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen hotel pada masa pandemi hingga pasca pandemi untuk memastikan akomodasi yang dipesan aman dan higienis. Hasil menunjukkan protokol kesehatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang, hasil ini sangat sesuai dengan fakta dilapangan bahwa protokol kesehatan CHSE yang digagas oleh kemenparekraf sangat mempengaruhi konsumen untuk bisa percaya bahwa hotel berbintang yang dipesan sangat aman, sehingga menjadikan CHSE sebagai tolak ukur konsumen ketika akan melakukan pemesanan hotel. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marwani *et al.*, (2023); Jatmiko & Faozen, (2021) yang menunjukkan bahwa penerapan protokol kesehatan CHSE sangat memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap konsumen, karena konsumen mencari kesesuaian antara konsep dirinya dengan suatu merek hotel (Nugroho et al., 2023). Menurut Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa keputusan pembelian baik itu jasa ataupun produk, dalam prosesnya akan melewati beberapa evaluasi alternatif yang akan dilakukan konsumen, sesuai dengan fakta bahwa diwabah pandemi ini konsumen mengevaluasi hotel yang aman untuk dikunjungi. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kalangan generasi milenial dan generasi z yang lebih kritis terhadap kepentingannya.

Promosi tidak memiliki peranan penting dalam penelitian ini, pasaca pandemi ternyata konsumen lebih mengutamakan penerapan protokol kesehatan dibandingkan promosi semata, namun jika protokol kesehatan dan promosi dikolaborasikan menjadi satu kesatuan akan

menjadi hal yang lebih menarik, hasil ini sangat sesuai dengan keadaan dilapangan karena penerapan protokol kesehatan sangat diperhatikan konsumen. Situasi pandemi membuat konsumen lebih selektif dalam memilih hotel, bahkan menjadi takut untuk berkunjung ke tempat umum atau pariwisata. Penerapan protokol kesehatan CHSE akan sangat membantu industri hotel dalam mempertahankan bisnisnya dimasa pandemi jika diterapkan bersamaan dengan promosi yang menarik dan menonjolkan nilai rasa aman bagi konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Chandra & Tielung (2015); Sinulingga & Winata (2023); Beslar *et al.*, (2022) yang menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap keputusan pemesanan, hal ini terjadi karena promosi tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari aspek lain misal: adanya penerapan protokol kesehatan dimasa pandemi, kualitas layanan yang bagus, kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dan lain sebagainya.

Penerapan protokol kesehatan dan promosi secara bersama-sama memberi peranan penting terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di kota Malang. Konsumen bisa mengerti suatu hotel sudah menerapkan protokol kesehatan CHSE salah satunya dari media promosi seperti pemberitahuan melalui sosial media *Instagram*, *online travel agent*, *banner*, atau papan pengumuman lainnya, sehingga informasi ini dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen dan konsumen tertarik untuk melakukan pemesanan hotel karena sudah merasa aman dengan penerapan protokol kesehatan. Pasca pandemi promosi kesehatan terkait penerapan protokol kesehatan sangat berdampak dan penting bagi hotel untuk mempertahankan bisnisnya serta memberikan rasa aman bagi konsumen, sesuai dengan penelitian Oktavilantika *et al.*, (2023) bahwa dengan adanya promosi kesehatan akan merubah perilaku individu lebih peduli terhadap dirinya sendiri, sesuai dengan hasil penelitian ini konsumen lebih memilih hotel berbintang yang sudah menerapkan protokol kesehatan yang disertai juga dengan promosi sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pemesanan hotel.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan regresi linier berganda maka didapatkan hasil dalam riset ini bahwa penerapan protokol kesehatan (X1) mempunyai peranan penting terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di Kota Malang, Promosi (X2) Tidak memiliki kontribusi penting terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di Kota Malang. Penerapan protokol kesehatan dan promosi secara bersamaan akan memberi peranan penting terhadap keputusan pemesanan hotel berbintang di Kota Malang.

REKOMENDASI

Manajemen hotel diharapkan terus menjalankan penerapan protokol kesehatan khususnya CHSE pada setiap layanannya, karena protokol kesehatan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pemesanan. Manajemen hotel bisa lebih memberikan promosi yang lebih menarik untuk bisa mempengaruhi konsumen melakukan pemesanan, misal membuat promosi *flash sale*, promosi untuk tamu loyal yang sedang ulang tahun, atau membuat paket bundling misal pesan kamar hotel mendapatkan bonus layanan spa atau sejenisnya. Untuk peneliti selanjutnya dikarenakan dalam riset ini terbatas hanya meneliti hotel berbintang, kedepannya bisa melakukan penelitian pada *guest house* atau hotel non berbintang dengan sampel yang lebih besar. Dalam riset ini masih menggunakan analisis regresi linier berganda, kedepan peneliti bisa menggunakan metode penelitian yang lainnya untuk mendapatkan perspektif yang berbeda.

REFERENSI

- Abdullah, & Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- Asnawi, & Masyhuri. (20011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*. Malang: UIN Malang Press.
- Benu I, & Nefianto T. (2023). Pengaruh Kemudahan Pengguna Aplikasi, Kepercayaan Konsumen dan Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Online Food pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Socia Logica*, 2 no 2(2), 1–16.
- Beslar, V. R., Lopian, S. L. H. V. J., Samadi, R. L., Harga, P., Promosi, D. A. N., Keputusan, P., Wisatawan, B., Lopian, J. S. L. H. V, Manajemen, J., Ekonomi, F., Beslar, V. R., Lopian, S. L. H. V. J., & Samadi, R. L. (2022). *Di Taman Laut Bunaken The Influence of Price and Promotion on Decisions Visit Tourists Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . -. 10(4)*, 628–638.
- BPS Kota Malang. (2023). *Jumlah Sarana Akomodasi Menurut Kecamatan dan Jenis Sarana Akomodasi di Kota Malang (Unit), 2021-2023*. <https://malangkota.bps.go.id/indicator/16/403/1/jumlah-hotel-dan-kamar-menurut-kecamatan-dan-jenis-hotel-di-kota-malang.html>
- Chandra, S. M., & Tielung, M. V. J. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena. *Jurnal EMBA*, 3(3), 959–970. <https://doi.org/2303-11>
- Dewi, N. K. A. S., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Menginap di The Bali Dream Villa Resort & SPA Ni Kadek Ayu Sukma Dewi, Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Nita Anggraini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar. Volume 1 N*, 160–168.
- Dwinanda, R. (2022). *Tingkat Okupansi Hotel di Kota Malang Masih Rendah*. <https://ramadhan.republika.co.id/berita/rb3lqn414/tingkat-okupansi-hotel-di-kota-malang-masih-rendah>

- Fahimah, M., & Umsa, A. Y. (2022). *Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata pada Pandemi COVID-19*. www.kompas.com
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. New York: Taylor & Francis Group.
- Jatmiko, H., & Faozen, F. (2021). Analisis Dampak Marketing Mix dan Protokol Kesehatan Terhadap Keputusan Menginap pada saat Pandemi COVID-19 (Studi Kasus di Hotel Royal Jember). *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 17–20. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i1.4848>
- Kotler & Armstrong. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- Kotler dan Keller. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah.
- Kristanto, V. D., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Menginap di the Win Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(5), 1–15.
- Marwani, I. S., Darmawan, H., & Kalsum, E. R. U. (2023). *Influence Implementation of CHSE , Prices and Facilities for Decisions to Stay During the COVID -19 Pandemic at Non-Star Resort Hotels*. 1(1), 39–53.
- Munshi, J. (2014). *A method for constructing Likert scales*.
- Nugroho, A. P., Kuswardani, D. C., & Utaminingsih, A. (2023). *The Role of Brand Personality : Dimensions of Online Customer Review on Online Booking Intention at Star Hotels in Malang City*. 6(November), 8737–8745.
- Oktavilantika, D. M., Suzana, D., Damhuri, T. A., Kesehatan, I., & Gunadarma, U. (2023). *Literature Review : Promosi Kesehatan dan Model Teori Perubahan Perilaku Kesehatan*. 7(2018), 1480–1494.
- Pratiwi. (2022). *5 Kota di Indonesia yang Dikenal sebagai Kota Pendidikan, Ada Tempat Tinggal Asalmu?* <https://edukasi.okezone.com/read/2022/08/06/65/2643132/5-kota-di-indonesia-yang-dikenal-sebagai-kota-pendidikan-ada-tempat-tinggal-asalmu>
- Sesario, D. D., & Haryati, E. S. (2022). Pengaruh Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan Calon Pemakai Jasa Transportasi Udara di Bandar Udara Tjilik Riwet Palangka Raya Kalimantan Tengah. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 813–819.
- Sianturi, C. N. L. (2021). *Pembelian Pada Usaha Mikro di Masa Pandemi Covid-19 Pembelian pada Usaha Mikro di Masa Pandemi Covid-19*.
- Sinulingga, H. J., & Winata, E. (2023). *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Tamu Menginap pada Raz Hotel Medan*. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/civitas/article/view/453>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim. (2021). *7 Kota Wisata di Indonesia yang Terkenal*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210729141352-275-673844/7-kota-wisata-di-indonesia-yang-terkenal>
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang : Klik Media.
- William, D., Marpaung, F. K., Yuniar, J., Leslie, C., & Indonesia, U. P. (2023). *Decision to Stay In Hotels In Medan City Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen untuk Menginap di Hotel Kota Medan*. 4(November 2022), 303–308.