Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index

Research Article e-ISSN: 2963-0924

Effect of Service Quality on Guest Satisfaction Staying at Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

Fransisko Edwarino Ador[1], I Gusti Bagus Rai Utama[2*], Putu Chris Susanto[3]

[1,2,3]Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: igustibagusraiutama@gmail.com

Article info

Keywords:
Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles, Guest Satisfaction

Abstract

This study aims to analyze whether there is a partial and simultaneous influence between reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles on guest satisfaction staying at Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali. The number of samples used as many as 100 people using non probability sampling. Data collection using questionnaires. Data analysis techniques using multiple linear regression. The results of the analysis stated that partially reliability (X_1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Grand Kuta Hotel and Residence. It can be seen from the regression coefficient b_1 X_1 which was found to be positive at 0.270. Partially responsiveness (X_2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Grand Kuta Hotel and Residence. This can be seen from the regression coefficient b_2 X_2 which was found to be positive at 0.234. Partial assurance (X_3) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Grand Kuta Hotel and Residence. This can be seen from the regression coefficient b_3 X_3 which was found to be positive at 0.199. Partially empathy (X_4) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Grand Kuta Hotel and Residence. This can be seen from the regression coefficient b_4 X_4 which was found to be positive at 0.200. Partially tangibles (X_5) have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Grand Kuta Hotel and Residence. This can be seen from the regression coefficient b_5 X_5 which was found to be positive at 0.360. Simultaneously reliability 〖(X〗_1), responsiveness (X_2), assurance(X_3), empathy 〖(X〗_4), tangibles (X_5), have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) Harris Hotel and Residences Riverview Kuta. This is evidenced by the multiple regression analysis Y = -1.087 + 0.270 (X_1) + 0.234 (X_2) + 0.199 (X_3) + 0.200 (X_4) + 0.360 (X_5). Multiple determination analysis of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles contributed 53.4% to customer satisfaction Grand Kuta Hotel and Residence.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Kata kunci:
Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles, Kepuasan Tamu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara *reliability, responsiveness, assurance, ampethy, dan tangibles* terhadap kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang menggunakan *non probalility sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menyatakan secara parsial *reliability* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Grand Kuta Hotel and Residence. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_1X_1 yang ditemukan bernilai positif sebesar 0,270. Secara parsial *responsiveness* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Grand Kuta Hotel and Residence. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_2X_2 yang ditemukan bernilai positif sebesar 0,234. Secara parsial *assurance* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Grand Kuta Hotel and Residence. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_3X_3 yang ditemukan bernilai positif sebesar 0,199. Secara parsial *empathy* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Grand Kuta Hotel and Residence. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_4X_4 yang ditemukan bernilai positif sebesar 0,200. Secara parsial *tangibles* (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Grand Kuta Hotel and Residence. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_5X_5 yang ditemukan bernilai positif sebesar 0,360. Secara simultan *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), *tangibles* (X_5), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Harris Hotel and Residences Riverview Kuta. Hal ini dibuktikan dengan analisis regresi berganda Y = -1,087 + 0,270 (X_1) + 0,234 (X_2) + 0,199 (X_3) + 0,200 (X_4) + 0,360 (X_5). Analisis determinasi berganda *reliability, responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles* memberikan kontribusi sebesar 53,4% terhadap kepuasan pelanggan Grand Kuta Hotel and Residence.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, perkembangan paling pesat pada industri jasa di bidang perhotelan dapat dirasakan langsung di Bali. Perkembangan hotel di Bali cukup pesat yang terlihat oleh banyaknya investor dalam negeri maupun asing yang berlomba-lomba membangun hotel berbintang di Bali. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno mengatakan, sesuai data Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), realisasi investasi sektor hotel dan restoran mencapai 550,64 juta dollar AS pada periode Januari-Maret 2023. Jumlah ini terdiri dari realisasi investasi penanaman modal asing (PMA) mencapai 189,1 juta dollar AS dan penanaman modal dalam negeri (PMDN) 361,54 juta dollar AS. Hal ini cukup signifikan untuk menampung jumlah wisatawan yang tiap tahunnya semakin bertambah pesat. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bali Tahun 2023, 403 hotel berbintang di Bali didominasi oleh hotel berbintang 3 (147 unit), diikuti oleh hotel berbintang 4 (134 unit), dan hotel berbintang 5 (78 unit).

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Tabel 1. Jumlah Hotel Berbintang di Bali

Kabupaten/Kota	Bintang 1	Bintang 2	Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5
Kab. Badung	1	26	119	102	60
Kab. Jembrana	0	1	3	1	0
Kab. Tabanan	0	0	2	0	1
Kab. Gianyar	1	1	6	12	11
Kab. Klungkung	0	0	2	0	1
Kab. Bangli	0	0	0	0	0
Kab. Karangasem	0	1	3	4	1
Kab. Buleleng	0	2	4	4	1
Kab. Denpasar	0	11	8	11	3
Jumlah	2	42	147	134	78

Berdasarkan data pada Tabel 1. persaingan industri jasa perhotelan di Kabupaten Badung sangat ketat. Karenanya, penulis tertarik melakukan penelitian di salah satu hotel berbintang yang berada di Kabupaten Badung tepatnya di daerah Kuta yaitu Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali.

Grand Kuta Hotel and Residence adalah hotel berbintang 4 yang berlokasi di Jl. Raya Kuta, Kec Kuta, Kab Badung, Bali 80361 yang memiliki fasilitas meliputi internet, kolam renang, spa, restorant, gym, dan masih banyak lagi yang dapat dinikmati para tamu selama menginap. Selain itu, Grand Kuta Hotel juga menyuguhkan pemandangan yang menarik untuk para tamu yang menginap serta lokasi yang strategis karena dekat dengan pusat oleh-oleh khas Bali, dekat dengan bandara serta dekat menuju pantai Kuta. Selain itu staff memberikan kualitas pelayanan yang maksimal untuk menunjang kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, ada lima dimensi yang harus diperhatikan Menurut Zeithaml, dkk. (dalam Hardiansyah, 2011: 11), kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan lima dimensi yang mencakup reliabilitas *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(emphaty)*, dan Bukti Fisik *(tangibles)*. Kualitas pelayanan harus dinilai dari sudut pandang penerima layanan karena kepuasan dari sisi pelanggan/pengguna/penerima layanan dapat dijadikan acuan sebagai perbaikan yang baik dalam meningkatkan citra perusahaan di tengah masyarakat.

Sementara itu, kepuasan tamu mengacu pada penilaian pasca pembelian antara kesadaran akan kinerja produk atau layanan alternatif yang dipilih yang memenuhi atau melampaui harapan tamu. Kepuasan tamu dengan artikel dan layanan menentukan keberhasilan perusahaan dalam pemasaran produk. Jika sebuah hotel tidak dapat mewujudkan kepuasan tamu, produk atau layanan akan gagal. Namun, sangat sulit untuk menyenangkan para tamu karena perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku mereka. Karenanya, perusahaan jasa seperti hotel perlu mengetahui variabel dan indikator yang berpengaruh terhadap kepuasan tamu, termasuk pengaruh kualitas pelayanan.

Kepuasan tamu dapat didefinisikan sebagai sejauh mana tamu puas ketika mereka menggunakan produk/jasa dan ingin menggunakannya atau menikmatinya berkali-kali (Ahmed, *et al*., 2014). Untuk mencapai kepuasan tamu, perusahaan harus menjaga atau lebih memahami kebutuhan dan preferensi para tamu agar selalu terpenuhi oleh perusahaan.

Selanjutnya, dalam meningkatkan kepuasan tamu juga ditentukan oleh harga, di mana harga juga menjadi pertimbangan tamu untuk memilih hotel yang cocok. Dalam hal ini, harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli menentukan suatu keputusan pembeli terhadap suatu produk maupun jasa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan tamu menginap.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Dalam meningkatkan kepuasan tamu menginap juga ditentukan oleh kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk. Dengan demikian, harapan tamu tidak akan pernah tercapai dengan begitu tamu akan hilang satu persatu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan mengalami penurunan pendapatan. Berdasarkan informasi yang di dapat di Grand Kuta Hotel Kuta bahwa ada masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dalam memberikan *offering help* jika tamu tidak mengerti atau tamu sedang kebingungan itu sudah membuat nilai kurang bagi perusahaan. Berdasarkan pemikiran di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali." Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1: Diduga keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

H_2: Diduga daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

H_3: Diduga jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

H_4: Diduga empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

H_5: Diduga bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

H_6: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu menginap pada Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali

METODE

Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Kuta Hotel and Residence Kuta Bali, yang berlokasi di Jl. Raya Kuta, Kec Kuta, Kab Badung, Bali 80361. Dengan objek penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel. Durasi penelitian adalah dari bulan Juni sampai Oktober 2022. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji f. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *non probability* sampling spesifiknya *convenience sampling,* yaitu mengambil sampel dari tamu yang kebetulan menginap di sana pada saat penulis melakukan penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Dengan total responden sebanyak 100 responden berdasarkan teknik *non probability* sampling spesifiknya *convenience sampling.* Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan tamu (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah Reliability (X1), Responsivness (X2), dan Assurance (X3), *Empathy* (X4), *Tangibles* (X5), Setelah menyusun butir-butir kuesioner dari variabel dan indikator penelitian, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir kuesioner tersebut. Dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda serta uji t dan uji F untuk pengujian hipotesis penelitian.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25, dinyatakan bahwa seluruh instrumen penelitian valid, dengan koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (r) >0,30 (Sugiyono, 2017). Seluruh instrumen penelitian juga ditemukan reliabel, dengan memenuhi standar koefisien *Cronbach's alpha* > 0,60 (Sugiyono, 2017). Hasil uji asumsi klasik juga menunjukan bahwa data terdistribusi secara normal (Uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi > 0,05), tidak terjadi gejala multikolinearitas (nilai *Varian Inflation Factor* < 10 atau angka *Tolerance* > 0.10), serta tidak terjadinya heterokedastisitas (uji Glejser menunjukkan nilai *absolute residual* dari model > 0,05).

Untuk menguji hipotesisi penelitian, digunakan analisis regresi linear berganda, Uji t, dan uji f pun dilakukan. Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1{,}087 + 0{,}270X_1 + 0{,}234X_2 + 0{,}199X_3 + 0{,}200X_4 + 0{,}360X_5 + e$$

Lebih lanjut, analisis korelasi parsial menunjukan adanya hubungan positif dalam kategori lemah antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan tamu menginap (r = 0,269), adanya hubungan positif dalam kategori lemah antara variabel *Responsiveness* dengan kepuasan tamu menginap (r= 0,294), adanya hubungan positif dalam kategori lemah antara variabel *Assurance* dengan variabel kepuasan tamu menginap (r = 0,258), adanya hubungan positif dalam kategori lemah antara variabel *Empathy* dengan variabel kepuasan tamu menginap (r = 0,294), adanya hubungan positif dalam kategori lemah antara variabel *Tangibles* dengan variabel kepuasan tamu menginap (r = 0,325), Sementara itu, analisis korelasi berganda menunjukan adanya hubungan positif yang kuat *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,* dan *Tangibles* terhadap kepuasan tamu menginap.

Selanjutnya uji t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y). hasil uji t disajikan sebagai berikut :

1. Pengaruh *reliability* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
   Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} = 2,706 dan t_{tabel} = 1,986 dan nilai sig sebesar 0,008 (p<0,05). Dengan demikian, T-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H1 diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh pengaruh positif dan signifikan antara *Reliability* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
2. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
   Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} = 2,982 dan t_{tabel} = 1,986 dan nilai sig sebesar 0,004 (p<0,05), dengan demikian T-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H2 diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh pengaruh positif dan signifikan antara *Responsivenes* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
3. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
   Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} = 2,584 dan t_{tabel} = 1,986 dan nilai sig sebesar 0,011 (p<0,05), dengan demikian T-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H3 diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh pengaruh positif dan signifikan antara *Assurance* secara parsial terhadap Kepuasan

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.

4. Pengaruh *empathy* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
   Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} = 2,985 dan t_{tabel} = 1,986 dan nilai sig sebesar 0,004 (p<0,05), dengan demikian T-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H4 diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh pengaruh positif dan signifikan antara *empathy* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
5. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.
   Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} = 3,335 dan t_{tabel} = 1,986 dan nilai sig sebesar 0,001 (p<0,05), dengan demikian T-hitung berada di daerah penolakan Ho berarti Ho ditolak, maka H5 diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh pengaruh positif dan signifikan antara *Tangibles* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.

Selanjutnya, uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji f menunjukan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 21,537 sedangkan f_{tabel} sebesar 2,311 dan nilai sig sebesar 0,000 > 0,05. Dengan demikian, f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} yang berarti bahwa Ho ditolak dan H6 diterima. Hal ini berarti bahwa secara simultan *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,* dan *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence.

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas dalam bentuk persentase. Uji Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,* dan *Tangibles* secara simultan memberikan kontribusi sebesar 53,4% terhadap naik turunnya kepuasan tamu menginap, sedangkan 46,6% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Reliability* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020); Desembrianita (2018); Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui *Reliability* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Responsiveness* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020); Desembrianita (2018); Hartini (2017)) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh signifikan dan

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

positif terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Assurance* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020); Desembrianita (2018); Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui *Assurance* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Empathy* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020), Desembrianita (2018); Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui empati berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Tangibles* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020); Desembrianita (2018); Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui indikator bukti fisik (*Tangibles*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Grand Kuta Hotel and Residence

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Tangibles* secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feni Maryati (2020); Desembrianita (2018); Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan. Pertama, *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Kedua, *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Ketiga, *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Keempat, *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Kelima, *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Keenem Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Empathy* (X4), dan *Tangibles* (X5) secara simultan

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 4, No.1 April 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap di Grand Kuta Hotel and Residence. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dikatakan dapat membuktikan hipotesis dalam penelitian ini. Ke depannya, diharapkan kedepannya memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan agar tamu merasa nyaman dan senang ketika menginap di Grand Kuta Hotel and Residence, mengkaji ulang terkait produk yang akan ditawarkan kepada tamu agar sesuai dengan harapan dan keinginan tamu, meningkatkan inisiatif akan segala permintaan tamu, melakukan evaluasi dan pelatihan kepada karyawan agar dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan keryawan untuk merespon segala pertanyaan tamu, memperhatikan jam kerja bagi semua karyawannya sehingga karyawan akanmerasa nyama bekerja sehingga pelayanan yang diberikan kepanada tamu yang menginap akan lebih baik, memperhatikan peralatan peralatan yang sudah usang agar bisa diganti dengan peralatan yang lebih modern agar tamu semakin merasa nyaman ketika menginap.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, L., Nawas, M. M., & Usman, A. (2014). A mediation of customer saticfaction relationship between service quality and repurchase intentions for the telecom sector in Pakistan: A Case study of University students. *African Journal of Business Management*, *4*(16), pp, 3457-3462.

Desembrianita, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Pelanggan untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen 16*(2), 345–354

Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media

Hartini. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka raya. *Skripsi Manajemen*. Universitas STIE Palangkaraya.

Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayananterhadap Kepuasan Pelanggan pada *Holiday* Hotel di Kota Batam". *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. *8*(1)

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.