

The Effect of Service Quality, Facilities, and Price on Guest Satisfaction at COMO Uma Cangg

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Cangg

Ni Kadek Yolana Oktania¹, I Wayan Ruspendi Junaedi^{2*}, Ni Putu Dyah Krismawintari³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: Service Quality, Facilities, Price, and Guest Satisfaction.</p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>The hospitality industry in Bali, especially in Cangg, is growing rapidly, resulting in increasingly fierce competition among star-rated hotels. As a five-star hotel, COMO Uma Cangg is required to maintain guest satisfaction through service, facilities, and competitive prices. This research aims to analyze the influence of service quality, facilities, and price on guest satisfaction at COMO UMA Cangg Hotel. The research subjects are hotel guests, with a sample size of 90 respondents determined using the Ferdinand formula. Data collection was carried out through the distribution of Likert-scale questionnaires. The data obtained were analyzed using multiple linear regression, with hypothesis testing performed using F-tests and t-tests at a significance level of 0.05. The analysis results showed that, partially, the variables of service quality, facilities, and price had a positive and significant effect on guest satisfaction. With a calculated t-value of 2.502 and a significance level of 0.037 (< 0.05), for facilities, the calculated t-value is 2.367 with a significance level of 0.020 (< 0.05), and for prices, the calculated t-value is 4.217 with a significance level of 0.001 (< 0.05). Simultaneously, these three variables also have a positive and significant effect on guest satisfaction, supported by an F-value of 9.565 and a significance level of 0.000 (< 0.05). The adjusted R² value of 82.4% indicates that guest satisfaction can be explained by the three independent variables, while the remaining 17.6% is influenced by other factors outside the model. This study contributes to the development of customer satisfaction literature in the hospitality industry and provides input for Hotel COMO Uma Cangg in improving its services, facilities, and pricing strategies to strengthen its competitiveness and guest satisfaction.</i></p>
<p>Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan Tamu.</p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Industri perhotelan di Bali, khususnya Cangg, berkembang pesat sehingga persaingan antar hotel berbintang semakin ketat. COMO Uma Cangg sebagai hotel bintang lima dituntut menjaga kepuasan tamu melalui pelayanan, fasilitas, dan harga yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO UMA Cangg. Subjek</p>

penelitian adalah tamu hotel dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden yang ditentukan menggunakan rumus Ferdinand, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Dengan nilai t-hitung sebesar 2,502 dengan sig 0,037 ($< 0,05$), untuk fasilitas nilai t-hitung sebesar 2,367 dengan sig 0,020 ($< 0,05$), dan untuk harga nilai t-hitung sebesar 4,217 dengan sig 0,001 ($< 0,05$). Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu didukung oleh nilai F-hitung sebesar 9,565 dan sig 0,000 ($< 0,05$). Nilai adjusted R^2 sebesar 82,4% menunjukkan bahwa kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur kepuasan pelanggan di industri perhotelan serta memberi masukan bagi Hotel COMO Uma Canggu dalam meningkatkan pelayanan, fasilitas, dan strategi harga untuk memperkuat daya saing dan kepuasan tamu.

PENDAHULUAN

Bali merupakan destinasi unggulan Indonesia yang dikenal akan pesona alam dan kekayaan budayanya. Kawasan Canggu menjadi salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam sektor pariwisata, mendorong munculnya berbagai akomodasi kelas menengah hingga atas. Berdasarkan data BPS tahun 2024, tercatat 3.528 unit akomodasi di Bali, dengan 434 diantaranya merupakan hotel berbintang. Dari jumlah tersebut, 86,4% merupakan hotel bintang tiga hingga lima, menunjukkan dominasi akomodasi premium yang menawarkan layanan dan fasilitas bersaing. Salah satu di antaranya adalah Hotel COMO Uma Canggu, hotel bintang lima yang berlokasi di *Echo Beach* dan menyediakan 148 kamar dengan beragam fasilitas mewah serta rentang tarif antara Rp3 juta hingga Rp32 juta per malam. Agar mampu bersaing dan mempertahankan loyalitas tamu ditengah dominasi hotel sekelasnya, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu, khususnya yang berkaitan dengan aspek kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, serta strategi penetapan harga.

Kepuasan tamu dalam industri perhotelan muncul dari reaksi emosional yang dipengaruhi oleh perbandingan antara ekspektasi sebelum menggunakan layanan dan persepsi aktual setelah menikmatinya (Thungasal & Siagian, 2019). Faktor utama yang menentukan kepuasan tersebut adalah kualitas pelayanan, yang meliputi produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan dengan tujuan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono dalam Indrasari, 2019:61). Selain itu, fasilitas hotel seperti kamar, restoran, kualitas makanan, dan sarana hiburan juga berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan tamu (Santoso et al., 2024). Harga yang dikenakan tidak hanya mencerminkan nilai ekonomis, tetapi juga menjadi indikator kesesuaian antara kualitas layanan, fasilitas, dan kenyamanan yang diterima selama menginap (Purnomo & Supriyadi, 2024).

Meskipun hotel ini termasuk dalam jaringan internasional dan menasar segmen eksklusif, tanggapan tamu menunjukkan adanya beragam persepsi terhadap layanan, fasilitas, dan harga yang ditawarkan. Sebagian tamu memberikan penilaian positif terhadap keramahan staf, kenyamanan kolam renang, serta program kebugaran. Namun, beberapa ulasan menyampaikan kritik terkait kenyamanan kamar, dekorasi interior, serta kesesuaian

harga dengan kualitas layanan. Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi tamu terhadap pengalaman menginap sangat dipengaruhi oleh kenyamanan aktual, kondisi fasilitas, dan konsistensi pelayanan. Dapat dilihat pada tabel 1. Terkait ulasan tamu sebagai berikut:

Tabel 1. Rangkuman *Guest Comment* 2024

No	Name	Guest Comment
1	Cheryl Theseira	Harga tidak sebanding, kamar lembab dan tidak nyaman. <i>Price is not worth it, rooms are damp and uncomfortable.</i>
2	Ronald Ishak	Lokasi bagus, tapi makanan dan kenyamanan kamar mengecewakan untuk harga tinggi. <i>Good location, but food and room comfort are disappointing for the high price.</i>
3	Tong Tong	Harga tidak sesuai dengan kualitas, dekorasi usang, pelayanan tidak setara Bintang lima. <i>Price does not match quality, outdated decor, service not up to five-star standards.</i>
4	Steven Hermawan	Fasilitas dan keramahan staf sangat baik. <i>Facilities and staff friendliness are very good.</i>
5	Alex Alexandru	Kamar bagus, staf hebat, Pantai buruk, tapi keseluruhan positif. <i>Nice rooms, great staff, bad beach but overall positive experience.</i>
6	Vic Ny	Fasilitas cukup baik, tapi dekorasi kamar dan kolam kecil perlu direnovasi <i>Facilities are fairly good, but room decor and small pool need renovation.</i>

Sumber: *Google Review* COMO Uma Canggü 2024

Berbagai komentar dari tamu tersebut mencerminkan pentingnya pengelolaan kualitas secara menyeluruh. Dalam persaingan yang semakin kompetitif di kawasan Canggü, penyedia layanan akomodasi perlu memastikan bahwa layanan, fasilitas, dan harga yang ditawarkan mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi tamu. Dengan adanya variasi penilaian dari pengunjung, COMO Uma Canggü perlu melakukan evaluasi secara berkelanjutan untuk mempertahankan citra sebagai akomodasi kelas atas, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Penelitian-penelitian terdahulu (Cholis et al, 2023; Dewangga et al, 2024; Purnomo & Supriyadi, 2024) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga merupakan faktor-faktor utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dalam sektor perhotelan. Meski demikian, besaran pengaruh ketiga variabel tersebut dapat berbeda-beda, tergantung pada karakteristik hotel serta harapan konsumen yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel COMO Uma Canggü, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan studi perilaku konsumen, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi manajemen hotel dalam meningkatkan mutu pelayanan, pengelolaan fasilitas, serta strategi penetapan harga yang kompetitif sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara optimal.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Hotel COMO UMA Canggü dengan objek penelitian berupa kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (x3), dan Kepuasan Tamu (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, data yang digunakan adalah data kualitatif

dan kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner skala likert dan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi Perusahaan dan referensi Pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel COMO UMA Canggü dengan jumlah sampel yang ditentukan dengan rumus Ferdinand, jumlah sampel harus dikalikan dengan 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Dengan 18 indikator yang digunakan dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun, hipotesis penelitian ini diduga bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga baik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO UMA Canggü. Adapun teknik analisis data yang digunakan meliputi, analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi,, uji t dan uji F dengan bantuan program SPSS ver 26.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Kategori
Kepuasan Tamu (Y)	3,97	Baik
Kualitas Pelayanan (X ₁)	3,99	Baik
Fasilitas (X ₂)	4,01	Baik
Harga (X ₃)	3,86	Baik

Berdasarkan tabel tersebut, semua variabel yang diteliti tergolong dalam kategori baik, dengan rata-rata skor masing-masing variabel berada di rentang 3,86 sampai 4,01. Hal ini mengindikasikan bahwa para responden memberikan evaluasi positif terkait kualitas pelayanan, fasilitas, harga, serta tingkat kepuasan tamu di Hotel COMO Uma Canggü. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum, persepsi tamu terhadap faktor-faktor tersebut cukup memuaskan dan mencerminkan kualitas yang baik.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode Indikator	Corrected Item	Cronbach's Alpha
Kepuasan Tamu	Y _{1.1}	0,651	0,957
	Y _{1.2}	0,671	
	Y _{1.3}	0,662	
Kualitas Pelayanan	X _{1.1}	0,305	0,935
	X _{1.2}	0,420	
	X _{1.3}	0,632	
	X _{1.4}	0,435	
	X _{1.5}	0,411	
Fasilitas	X _{2.1}	0,434	0,957
	X _{2.2}	0,454	
	X _{2.3}	0,547	

	X _{2,4}	0,372	
	X _{2,5}	0,600	
Harga	X _{3,1}	0,654	0,950
	X _{3,2}	0,561	
	X _{3,3}	0,326	
	X _{3,4}	0,464	
	X _{3,5}	0,426	

Berdasarkan Tabel 3 di atas, semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas, ditandai dengan nilai korelasi corrected item-total pada setiap indikator variabel penelitian yang berada di atas batas minimal sebesar 0,30. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel melebihi standar minimal 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini valid dan reliabel, sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data serta analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas, Multikolinieritas, dan Heteroskedastisitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
		Unstandardized Residual	
N		90	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.172 ^{c,d}	
Variabel	Tolerance	VIF	Sig.
Kualitas Pelayanan	.999	1.001	.632
Fasilitas	.978	1.022	.488
Harga	.979	1.021	.766

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4 tersebut, nilai uji normalitas menunjukkan angka sebesar 0,172, Dimana angka tersebut berada di atas batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi secara normal. Selanjutnya, pada uji multikolinieritas, semua variabel independen memiliki nilai tolerance yang melebihi 0,10, sedangkan nilai VIF untuk setiap variabel berada di bawah angka 10. Kondisi ini mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinieritas antar variabel dalam model regresi. Kemudian, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi yang semuanya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Berdasarkan temuan ini, secara keseluruhan model regresi yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi persyaratan asumsi klasik dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

4. Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Canggü

Tabel 5. Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), Uji t, dan Uji F

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. Error		
Kualitas Pelayanan (X1)	0,107	0,071	2,502	0,037
Fasilitas (X2)	0,169	0,072	2,367	0,020
Harga (X3)	0,238	0,056	4,217	0,000
<i>(Constant)</i> : 1,796				
F Statistik : 9,565				
Sig F : 0,000				
R^2 : 0,802				
R : 0,857				

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada hasil regresi linear berganda berikut hasil persamaan, $Y = 1,769 + 0,107X_1 + 0,169X_2 + 0,238X_3 + e$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan tamu di hotel COMO Uma Canggü.

Uji t dan Uji F

Berdasarkan hasil uji t, secara parsial ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO Uma Canggü dengan nilai t-hitung masing-masing variabel kualitas pelayanan sebesar 2,502 (signifikansi 0,037), variabel fasilitas sebesar 2,367 (signifikansi 0,020), dan variabel harga 4,217 (signifikansi 0,000), yang semuanya lebih tinggi daripada batas kritis pada tingkat signifikansi 0,05, sehingga ketiga variabel tersebut berkontribusi signifikan dalam memengaruhi kepuasan tamu, sedangkan uji F memperlihatkan bahwa ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai F-hitung 9,565 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$).

Analisis Koefisien Determinasi

Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,802 menunjukkan bahwa 80,2% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh ketiga variabel ini bersama-sama, sehingga peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengelolaan harga yang tepat menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan tamu di Hotel COMO Uma Canggü.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Canggü

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO UMA Canggü, yang dibuktikan dengan

nilai t-hitung sebesar 2,502 lebih besar dari t-tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,037 lebih kecil dari level alpha 0,05; koefisien regresi yang positif mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan tamu. Kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam industri perhotelan karena sangat memengaruhi pengalaman tamu selama menginap, dengan aspek penting meliputi sikap dan kompetensi staf, kecepatan respons terhadap permintaan, kenyamanan layanan, serta keterlibatan manajemen dalam menangani masalah tamu untuk membentuk persepsi positif terhadap kualitas penginapan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setyawati (2023) dan Azahra dan Millanyani (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara signifikan meningkatkan kepuasan tamu, yang tidak hanya berkaitan dengan keahlian teknis staf tetapi juga sikap penuh perhatian dan empati yang berdampak besar pada pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Canggü

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO UMA Canggü, yang dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,367 lebih besar dari t-tabel 1,984 serta nilai signifikansi 0,020 yang lebih kecil dari level alpha 0,05. Koefisien regresi positif mengindikasikan bahwa peningkatan fasilitas yang disediakan hotel secara langsung berkontribusi pada kenaikan tingkat kepuasan tamu. Fasilitas sebagai komponen penting dalam menciptakan pengalaman menginap berkualitas mencakup kenyamanan kamar, kebersihan, fasilitas rekreasi seperti kolam renang dan spa, akses internet cepat, ruang pertemuan, serta restoran dengan pelayanan makanan berkualitas tinggi. Sejalan dengan Setiawan & Fitriani (2021); Fitriani & Nurhadi (2023) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa fasilitas lengkap dan berkualitas memberikan nilai tambah penting karena meningkatkan kenyamanan dan pengalaman memuaskan tamu.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Canggü

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel COMO UMA Canggü, dengan nilai t-hitung sebesar 4,217 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 serta nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari level alpha 0,05. Koefisien regresi positif mengindikasikan bahwa setiap perubahan harga, baik penurunan maupun kenaikan, memberikan dampak langsung pada persepsi dan tingkat kepuasan tamu terhadap layanan dan fasilitas yang diterima selama menginap. Harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian dan persepsi nilai bagi pelanggan di industri perhotelan karena mencerminkan kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diperoleh. Ketika tamu menilai harga sesuai dengan kualitas yang didapat, mereka cenderung merasa puas dengan pengalaman menginapnya, sementara harga yang dianggap terlalu tinggi tanpa dukungan kualitas sepadan dapat menimbulkan kekecewaan dan menurunkan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Widiastuti & Suryani (2022); Dewi & Putra (2021) yang menegaskan bahwa harga yang proporsional dengan kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor perhotelan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel COMO Uma Cangu

Hasil penelitian di Hotel COMO UMA Cangu mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 9,565 yang melampaui nilai F-tabel 2,71, serta tingkat signifikansi F sebesar 0,000, yang berada di bawah batas alpha 0,05 dan Nilai R² sebesar 0,802 menunjukkan 80,2% variasi kepuasan dijelaskan oleh ketiga variabel ini, menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara nyata berperan dalam membentuk persepsi dan pengalaman tamu selama menginap. Kualitas pelayanan mencakup keramahan staf, ketepatan dan kecepatan layanan, serta perhatian terhadap kebutuhan tamu, yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Fasilitas lengkap, modern, dan terawat baik seperti kolam renang, spa, dan restoran juga berperan penting dalam pengalaman menginap. Harga yang kompetitif dan sesuai kualitas layanan memberikan nilai ekonomis, mendukung loyalitas, dan mendorong tamu kembali. Oleh karena itu, pengelolaan harga yang efektif sangat penting untuk menjaga daya saing hotel. Temuan ini selaras dengan penelitian Yulita & Safrizal (2023) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel, serta sesuai dengan studi Mahaputra (2022) di sektor perhotelan Bali yang menyoroti pentingnya pelayanan profesional dan fasilitas pendukung kenyamanan dalam memengaruhi keputusan dan kepuasan menginap tamu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu dengan koefisien regresi 0,107, t-hitung 2,502 > t-tabel 1,662, dan signifikansi 0,037 (<0,05). Artinya, kualitas pelayanan yang lebih baik meningkatkan kepuasan tamu.
2. Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu dengan koefisien regresi 0,107, t-hitung 2,502 > t-tabel 1,662, dan signifikansi 0,037 (<0,05). Artinya, kualitas pelayanan yang lebih baik meningkatkan kepuasan tamu.
3. Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu dengan koefisien regresi 0,107, t-hitung 2,502 > t-tabel 1,662, dan signifikansi 0,037 (<0,05). Artinya, kualitas pelayanan yang lebih baik meningkatkan kepuasan tamu.
4. Secara simultan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu, dibuktikan dengan F-hitung 9,565 > F-tabel 2,71 dan signifikansi 0,000 (<0,05). Nilai R² sebesar 0,802 menunjukkan 80,2% variasi kepuasan dijelaskan oleh ketiga variabel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, S., & Millanyani, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel. *MEA (Management and Economic Analysis) Journal*.
- Cholis, M. N., Rahayu, E., Apriliyani, R., Widagdo, S., & Yuliamir, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2), 121-138.
- Dewangga, I. P., Saharjo, S. J., & Putra, P. G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian. *Jurnal*.
- Dewi, S. A., & Putra, R. (2021). Pengaruh harga terhadap kepuasan tamu di industri perhotelan. *Journal of Tourism and Hospitality Management*.
- Fitriani, A., & Nurhadi, Y. (2023). Pengaruh kualitas fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mahaputra, A. A. K. A. W. (2022). Pengaruh harga, fasilitas, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran hotel di kawasan Nusa Dua Bali. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 10(3), 75–82.
- Purnomo, R. H., & Supriyadi, A. (2024). Studi kepuasan tamu hotel: Pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai prediktor di Hotel Tentrem Semarang. *Media Bina Ilmiah*, 18(11), 3003-3012.
- Santoso, A., Purnamasari, D. L., & Kartika, I. (2024). Analisis room service dan fasilitas hotel terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Bentani Hotel & Residence. *Jurnal Witana*, 2(1), 40-44.
- Setiawan, M., & Fitriani, A. (2021). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu di hotel. *Jurnal Manajemen Pariwisata*.
- Setyawati, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Thungasal, C., & Siagian, H. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1), 287133.
- Widiastuti, I., & Suryani, D. (2022). Pengaruh harga terhadap kepuasan tamu di hotel. *Jurnal Pariwisata dan Manajemen Hotel*.
- Yulita, R., & Safrizal. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 115–124.

