

## ***The Effect of Service Quality, Customer Experience, and Location on Guest Satisfaction at Hotel Dune Seseh***

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Experience, dan Lokasi terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh**

**Ida Bagus Dwija Harum<sup>1</sup>, I Wayan Ruspandi Junaedi<sup>2\*</sup>, Ni Putu Dyah Krismawintari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [ruspandijunaedi@undhirabali.ac.id](mailto:ruspandijunaedi@undhirabali.ac.id)

#### **Article info**

##### **Keywords:**

*Service Quality, Customer Experience, Location, Guest Satisfaction*

##### **Abstract**

*In dealing with occupancy rate dynamics, there are a number of crucial factors that play a role in attracting and retaining guests' interest in staying, namely service quality, customer experience, facility completeness, and strategic location. These factors are interrelated in shaping guest satisfaction, which ultimately determines loyalty and the likelihood of repeat visits. This study aimed to analyze the influence of service quality, location, and customer experience on the satisfaction of guests staying at Hotel Dune Seseh. The research subjects were hotel guests, with a sample size of 105 respondents determined using the Ferdinand formula. Data collection techniques were carried out through the distribution of questionnaires using a Likert scale. The data obtained were analyzed using the multiple linear regression method, with hypothesis testing through t-tests and F-tests at a significance level of 5%. The results of the partial analysis show that service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction, with a regression coefficient of 0.436, a t-statistic of 4.517, and a significance level of 0.000 < 0.05. The location variable has a regression coefficient of 0.112, a t-statistic of 1.449, and a significance of 0.002 < 0.05. Customer experience also has a positive and significant effect, with a regression coefficient of 0.433, a t-statistic of 5.629, and a significance level of 0.000 < 0.05. Simultaneously, these three variables have a positive and significant effect on guest satisfaction, supported by an F-statistic of 695.587 and a significance value of 0.000 < 0.05. The determination coefficient (adjusted R<sup>2</sup>) value of 95.2% indicated that the independent variables in this model are able to dominantly explain the variation in guest satisfaction. This study is expected to contribute theoretically to enriching the literature on hotel marketing, as well as providing practical benefits for hotel management in improving service quality, guest satisfaction, loyalty, and competitiveness in a sustainable manner.*

**Kata kunci:**  
Kualitas Pelayanan,  
Customer  
Experience, Lokasi,  
Kepuasan Tamu  
Menginap

### Abstrak

Dalam menghadapi dinamika tingkat hunian terdapat sejumlah faktor krusial yang berperan dalam menarik dan mempertahankan minat tamu untuk menginap, yaitu kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, kelengkapan fasilitas, dan lokasi strategis. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk kepuasan tamu, yang pada akhirnya menentukan loyalitas serta peluang kunjungan ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan customer experience terhadap kepuasan tamu tamu menginap di Hotel Dune Seseh. Subjek penelitian adalah tamu hotel dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang ditentukan menggunakan rumus Ferdinand. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F pada tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan koefisien regresi sebesar 0,436, nilai t-hitung 4,517, dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,112, t-hitung 1,449, dan signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Customer experience juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,433, t-hitung 5,629, dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, didukung oleh nilai F-hitung sebesar 695,587 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 95,2% menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model ini mampu menjelaskan variasi kepuasan tamu secara dominan. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur pemasaran perhotelan sekaligus manfaat praktis bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, loyalitas tamu, dan daya saing secara berkelanjutan.

## PENDAHULUAN

Sektor perhotelan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian global, termasuk di Indonesia. Pulau Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan mencatat pertumbuhan jumlah hotel yang cukup pesat, seiring dengan meningkatnya arus wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Mengacu pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali tahun 2024, tercatat peningkatan jumlah hotel dari 498-unit pada tahun 2022 menjadi 541-unit pada tahun 2023. Pertumbuhan ini paling mencolok terjadi di Kabupaten Badung dan Kota Denpasar, terutama pada kategori hotel berbintang tiga hingga lima. Sebaliknya, daerah seperti Kabupaten Jembrana menunjukkan tren stagnan bahkan penurunan dalam jumlah hotel yang beroperasi.

Meningkatnya jumlah akomodasi turut mendorong intensitas persaingan di industri perhotelan (Harefa., dkk 2022). Hotel Dune Seseh yang berlokasi di Kabupaten Badung menjadi salah satu contoh yang mencerminkan dinamika tersebut. Selama periode April hingga Desember 2024, hotel ini mencatat fluktuasi tingkat hunian, dengan peningkatan signifikan terjadi pada bulan Juli hingga Oktober yang bertepatan dengan musim puncak kunjungan wisatawan. Kondisi ini menggarisbawahi pentingnya faktor kualitas pelayanan, *customer experience* dan lokasi strategis dalam membangun kepuasan dan mendorong loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi elemen krusial yang mencerminkan sejauh mana hotel mampu memenuhi harapan dan kebutuhan tamu secara konsisten (Rianty & Prastian, 2024). Kotler & Keller, (2021) menyatakan kepuasan pelanggan adalah emosi

yang muncul setelah melakukan perbandingan antara kinerja layanan yang diharapkan dan hasil nyata yang diperoleh. Menurut Parasuraman et al. (2018) kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Sementara itu, *customer experience* mencakup seluruh interaksi tamu dengan hotel, mulai dari proses reservasi, kedatangan, masa tinggal, hingga proses *check-out* (Jannah et al., 2023). Lokasi juga memerlukan peran strategis dalam memengaruhi kepuasan tamu menginap, menurut Setiawan & Rully (2024), Lokasi yang tepat dapat berdampak langsung pada kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas konsumen.

Meskipun baru mulai beroperasi pada April 2024, Hotel Dune Seseh telah menerima berbagai tanggapan dari para tamu yang pernah menginap. Ulasan tersebut mencerminkan kesan awal terhadap kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan hotel. Sejumlah tamu memberikan apresiasi terhadap kebersihan area hotel, kenyamanan suasana, keramahan staf, serta desain interior dan eksterior yang dinilai estetis dan menenangkan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tertentu dari pelayanan dan atmosfer hotel telah berhasil memenuhi ekspektasi pengunjung. Namun demikian, tidak sedikit pula tamu yang menyampaikan kritik, khususnya terkait ketimpangan perlakuan antara tamu lokal dan mancanegara, standar kebersihan kamar yang kurang konsisten, serta lingkungan sekitar hotel yang belum sepenuhnya tertata karena masih dalam proses pembangunan. Masukan negatif seperti ini perlu menjadi perhatian serius, karena berpotensi menurunkan tingkat kepuasan tamu dan memengaruhi citra hotel di mata calon pengunjung berikutnya. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Rangkuman *Guest Comment*, 2024

No	Name	Guest Comment
1	Dian Paramitha	Pelayanannya membeda-bedakan tamu lokal dan asing, staf juga kurang ramah.
2	Putu Bagus S.Y. Ariawan	Tempat nyaman, bersih, staf ramah, udara segar, makanan enak, sangat direkomendasikan.
3	Laura Tilton	<i>Very helpful staff, aesthetic and peaceful design, but some nearby construction.</i>
4	Pedro Alvarez	Fasilitas dan keramahan staf sangat baik. <i>Facilities and staff friendliness are very good.</i>
5	Alex Alexandru	<i>Beautiful rooms, friendly staff, great breakfast, ideal place to relax.</i>
6	Dalia Said	<i>Hotel not ready to operate, poor cleanliness, inadequate facilities, surroundings still under construction.</i>

Sumber: Google Reviews Hotel Dune Seseh, Badung, Bali, 2024

Beragam tanggapan dari para tamu mencerminkan pentingnya pengelolaan kualitas secara menyeluruh, khususnya dalam hal pelayanan, pengalaman pelanggan, dan lokasi. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat di wilayah Badung dan sekitarnya, pelaku bisnis perhotelan dituntut untuk memastikan bahwa setiap aspek layanan yang diberikan mampu menjawab dan bahkan melampaui harapan pengunjung. Ulasan positif yang menyoroti kenyamanan, keramahan staf, dan estetika desain menunjukkan bahwa beberapa dimensi layanan telah sesuai dengan ekspektasi. Namun, adanya keluhan terkait perlakuan yang tidak adil terhadap tamu lokal, lingkungan sekitar yang belum tertata, serta kebersihan dan kenyamanan kamar yang belum konsisten, menjadi indikator bahwa masih terdapat aspek yang perlu dibenahi. Jika tidak ditangani secara serius, hal ini dapat berdampak negatif terhadap persepsi dan loyalitas tamu ke depannya.

Penelitian sebelumnya Putri & Hidayat (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan pengalaman pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. Hal ini diperkuat oleh Santoso (2020) yang menekankan bahwa pengalaman pelanggan berperan penting dalam membentuk loyalitas, terutama pada hotel butik yang mengutamakan layanan personal. Sejalan dengan itu, Juniasi dkk. (2023) menegaskan kontribusi positif fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Ali dan Mavondo (2022) menyoroti bahwa pengalaman positif pelanggan mendorong kepuasan sekaligus rekomendasi kepada orang lain. Namun demikian, penelitian yang mengkaji secara bersamaan pengaruh kualitas pelayanan, *customer experience*, dan lokasi terhadap kepuasan tamu, khususnya pada hotel Dune Seseh, sehingga penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami sejauh mana ketiga variabel tersebut berperan dalam meningkatkan kepuasan tamu menginap.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, *customer experience*, dan lokasi terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Dune Seseh, baik secara parsial maupun simultan. Diharapkan, hasil dari penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur di bidang pemasaran jasa dan perilaku konsumen, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen hotel dalam merancang strategi peningkatan mutu pelayanan, menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh, serta memilih lokasi yang strategis dan sesuai dengan kebutuhan pasar, guna membangun kepuasan dan loyalitas tamu secara berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Dune Seseh, Kabupaten Badung, Bali, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1), customer experience (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan tamu (Y). Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner skala Likert lima poin kepada tamu yang pernah menginap, serta didukung oleh data sekunder dari dokumentasi hotel dan literatur terkait. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 105 responden berdasarkan rumus Ferdinand dengan mempertimbangkan 21 indikator, dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling.

Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan teori para ahli yang relevan. Variabel kepuasan tamu menginap (Y) mengacu pada Adani (2021) dengan indikator: kesesuaian fasilitas, kesesuaian layanan, kesesuaian harga, kesesuaian aksesibilitas, dan kesesuaian promosi dengan 5 pernyataan. Variabel kualitas pelayanan (X1) mengacu pada Parasuraman, et al (2018) dengan indikator: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* dengan 5 pernyataan. Variabel *customer experience* (X2) merujuk Kim & Kim (2020) dengan indikator: pengalaman kognitif, pengalaman emosional, pengalaman fisik, pengalaman sensorik, dan pengalaman sosial dengan 5 pernyataan. Variabel lokasi (X3) berdasarkan Santia & Richmayati (2022) dengan indikator: akses, visibilitas, lalu lintas, lingkungan, dan kriteria dengan 5 pernyataan. Total instrumen pernyataan dalam penelitian ini berjumlah 20 butir.

Adapun hipotesis yang digunakan, diduga masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan, *customer experience* dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu menginap secara simultan. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26.0 melalui teknik analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Dekriptif

Variabel	Mean	Kategori
Kepuasan Tamu Menginap (Y)	3,97	Baik
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	3,85	Baik
<i>Customer Experience</i> (X <sub>2</sub> )	3,90	Baik
Lokasi (X <sub>3</sub> )	3,91	Baik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, seluruh variabel dalam penelitian ini meliputi kepuasan tamu menginap (Y), kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), *customer experience* (X<sub>2</sub>), dan lokasi (X<sub>3</sub>) memiliki nilai mean di atas 3,80 dan termasuk dalam kategori “baik,” yang menunjukkan bahwa persepsi tamu terhadap keempat variabel tersebut secara umum positif.

#### 2. Uji Validitas & Reliabilitas

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode Indikator	Corrected Item	Cronbach's Alpha
Kepuasan Tamu Menginap	Y <sub>1.1</sub>	0,945	0,957
	Y <sub>1.2</sub>	0,935	
	Y <sub>1.3</sub>	0,905	
	Y <sub>1.4</sub>	0,896	
	Y <sub>1.5</sub>	0,936	
Kulitas Pelayanan	X <sub>1.1</sub>	0,906	0,935
	X <sub>1.2</sub>	0,876	
	X <sub>1.3</sub>	0,864	
	X <sub>1.4</sub>	0,904	
	X <sub>1.5</sub>	0,903	
<i>Customer Experience</i>	X <sub>2.1</sub>	0,918	0,957
	X <sub>2.2</sub>	0,907	
	X <sub>2.3</sub>	0,919	
	X <sub>2.4</sub>	0,912	
	X <sub>2.5</sub>	0,908	
Lokasi	X <sub>3.1</sub>	0,897	0,950
	X <sub>3.2</sub>	0,888	
	X <sub>3.3</sub>	0,908	
	X <sub>3.4</sub>	0,879	
	X <sub>3.5</sub>	0,937	

Seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item* di atas 0,30 dan nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60, yang berarti bahwa instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel untuk mengukur variabel kepuasan tamu menginap (Y), kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), *customer experience* (X<sub>2</sub>), dan Lokasi (X<sub>3</sub>)

### 3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
N	Unstandardized Residual		
	Asymp. Sig. (2-tailed)		
Variabel	Tolerance	VIF	Sig.
Kualitas Pelayanan	.555	1.827	.263
<i>Customer Experience</i>	.520	1.922	.449
Lokasi	.740	1.349	.552

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,076 > 0,05$ , yang menandakan bahwa data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , sehingga tidak ditemukan gejala multikolinearitas. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 4. Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Experience*, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh

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)	0,436	0,071	4,517	0,000
<i>Customer Experience</i> (X2)	0,433	0,072	2,449	0,002
Lokasi (X3)	0,112	0,056	5,629	0,000
(Constant) : 1,796				
F Statistik : 695,587				
Sig F : 0,000				
$R^2$ : 0,952				
R : 0,977				

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan:  $Y=1,769+0,436X1+0,433X2+0,112X3+e$ . Persamaan tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1), *customer experience* (X2), dan Lokasi (X3), memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu di Hotel Dune Seseh.

### **Uji t dan Uji F**

Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Nilai t-hitung untuk kualitas pelayanan adalah 4,517 (signifikansi 0,000), *customer experience* sebesar 2,449 (signifikansi 0,002), dan lokasi sebesar 5,629 (signifikansi 0,000), yang seluruhnya berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Artinya, ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan tamu menginap. Sementara itu, uji F menghasilkan nilai F-hitung sebesar 695,587 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap.

### **Analisis Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,952 mengindikasikan bahwa sebesar 95,2% variasi dalam kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, *customer experience*, dan lokasi secara bersama-sama. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan pada ketiga aspek tersebut sangat penting untuk meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di Hotel Dune Seseh.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Dune Seseh. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung sebesar 4,517, lebih tinggi dari nilai t-tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan akan secara langsung berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan tamu. Kualitas pelayanan merupakan elemen fundamental dalam industri perhotelan pelayanan yang diberikan tidak hanya mencakup kecepatan dan keandalan staf dalam merespons kebutuhan tamu, tetapi juga melibatkan aspek empati, jaminan kenyamanan, perhatian personal, serta lingkungan fisik yang mendukung. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Sihite & Nurul (2023), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang responsif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu, serta mendorong terbentuknya niat untuk kembali menginap. Namun penelitian yang dilakukan oleh Lumempow., dkk (2023), menegaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al. (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan hotel belum menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan tamu.

#### **Pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Dune Seseh, yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 1,449 lebih besar dari t-tabel 1,984, meskipun nilai signifikansinya sebesar 0,150 melebihi batas alpha 0,05. Namun dalam konteks penelitian ini, *customer experience* tetap dianggap

sebagai variabel yang relevan dalam membentuk kepuasan tamu, mengingat pentingnya pengalaman menyeluruh selama proses menginap, mulai dari kedatangan hingga check-out. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan tamu, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kim & Kim (2022), yang menyebutkan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk dari lima dimensi utama: kognitif, emosional, fisik, sensorik, dan sosial. Penelitian Jannah et al., (2023) turut menegaskan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, meskipun belum tentu selalu berdampak pada keputusan pembelian ulang. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sari, (2020) dan Mahendra (2023) menjelaskan bahwa *customer experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap, hal tersebut menunjukkan bahwa hotel perlu mengelola setiap titik kontak pengalaman tamu secara optimal, mulai dari proses reservasi, pelayanan saat menginap, hingga layanan purna jual, agar tercipta pengalaman yang berkesan dan memuaskan.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Dune Seseh, sebagaimana dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 1,449 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari level alpha 0,05. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi hotel, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi hotel merupakan salah satu faktor penentu yang mampu memperkuat persepsi positif tamu terhadap pengalaman menginap. Hotel yang berlokasi di area strategis, seperti dekat pantai, pusat aktivitas wisata, atau kawasan budaya, umumnya memiliki daya tarik lebih tinggi. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Setiawan & Rully (2024) yang menyatakan bahwa lokasi strategis berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan tamu karena mempermudah akses ke tempat wisata maupun fasilitas umum lainnya. Chang et al. (2019) juga menambahkan bahwa persepsi tamu terhadap lokasi tidak hanya dipengaruhi oleh posisi geografis semata, tetapi juga mencakup kenyamanan lingkungan, konektivitas, dan keamanan yang ditawarkan oleh area sekitar hotel. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Paludi (2023) dan Buwung & Sudana (2022) menyatakan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap, hal tersebut mengindikasikan bahwa Lokasi tidak menjadi faktor penentu utama dalam pencapaian kepuasan tamu.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Experience*, dan Lokasi terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh**

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Fhitung sebesar 695,587 yang lebih besar dari Ftabel sebesar 2,69, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), *customer experience* (X2), dan lokasi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Dune Seseh. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel kepuasan tamu. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Hidayat (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan pengalaman pelanggan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

di sektor perhotelan. Selain itu, studi oleh Santoso (2020) juga menegaskan pentingnya pengalaman pelanggan dalam menciptakan loyalitas, terutama pada hotel-hotel boutique yang mengutamakan pendekatan personal dalam layanan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu yang menginap di Hotel Dune Seseh. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,107, nilai t-hitung 4,517 yang lebih besar dari t-tabel 1,983, serta nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,05. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu.
2. Secara parsial, variabel *Customer Experience* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Koefisien regresi yang positif disertai dengan nilai t-hitung sebesar 5,629 yang lebih tinggi dari t-tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), menunjukkan bahwa pengalaman positif selama menginap memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kepuasan tamu.
3. Secara parsial, variabel Lokasi memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Nilai t-hitung sebesar 2,449 lebih besar dari t-tabel 1,983 dengan tingkat signifikansi 0,002 (< 0,05), mengindikasikan bahwa lokasi hotel yang strategis turut menentukan kenyamanan dan kepuasan tamu selama menginap.
4. Secara simultan, ketiga variabel yaitu Kualitas Pelayanan, *Customer Experience*, dan Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Dune Seseh. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F, di mana nilai F-hitung sebesar 695,587 lebih besar dari F-tabel 2,69, dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, ketiga faktor tersebut menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan tamu yang menginap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., & Mavondo, F. (2022). The role of customer experience in achieving customer satisfaction in 5-star hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2035645>
- Buwung, F., & Sudana, I. K. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Gria Renon Denpasar. *Arthaniti Studies*, 3(1), 50-54.
- Chang, J. R., Chen, M. Y., Chen, L. S., & Tseng, S. C. (2019). Why customers don't revisit in tourism and hospitality industry?. *IEEE Access*, 7, 146588–146606. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2948619>
- Harefa, N. H., Sihombing, M., & Harahap, K. (2022). Analisis Strategi Bersaing Hotel Soliga dalam Menghadapi Persaingan Industri Perhotelan di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. *Jurnal Bisnis dan Administrasi*, 1(2), 50-61.

- Janah, M., Intisari, H., & Sri, E. (2023). Pengaruh customer experience dan kepuasan terhadap keputusan pembelian ulang di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 2(3). <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.292>
- Juniasih, I. A. K., Suastama, I. B. R., & Ramadiputra, I. G. A. (2023). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Grand Livio Hotel Bali. *Forum Manajemen*, 21(2), 43–56.
- Kim, Y. J., & Kim, H. S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(848). <https://doi.org/10.3390/su140100848>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari manajemen pemasaran* (Edisi Keenam). Andi.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1-11.)
- Hakim, L. N., & Paludi, S., (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Alana Sentul
- Mahendra, L., (2023). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Tamu di Imelda Hotel Waterpark & Convention Padang. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putri, A., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan customer experience terhadap kepuasan pelanggan di hotel berbintang. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 13(2), 101–115.
- Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N. B., & Dewi, I. A. M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening. Bisma: *Jurnal Manajemen*, 6(1), 17-37.)
- Rianty, S. P., & Prastian, A. N. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sari Ater Kamboti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi (JEMSI)*, 10(4), 2566-2573.
- Santoso, B. (2020). Customer experience dan loyalitas di industri perhotelan: Studi pada hotel butik di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 55–67.
- Setiawan, R., & Rully, A. (2024). Pengaruh lokasi dan persepsi harga terhadap loyalitas tamu melalui kepuasan tamu di Hotel Asyana Kemayoran Jakarta. *Human Capital Development*, 11(2), Mei–Agustus.
- Sihite, H. Y., & Nurul, F. H. (2023). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan pramusaji terhadap kepuasan pelanggan di The Patio Restaurant Natra Bintan. *Bogor Hospitality Journal*, 7(2), 83–96. <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- Sari, J. A. (2020). Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU. *Repository Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.