Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index

Research Article e-ISSN: 2963-0924

Effect of Service Quality, Facilities, and Price on Guest Satisfaction at Suriwathi Hotel & Villas Legian – Bali

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Tamu Menginap pada Suriwathi Hotel & Villas Legian – Bali

Fransiska Triana Ardianti[1], I Gede Agus Mertayasa[2]*, Putu Chris Susanto[3]

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

(*) Corresponding Author: demertayasa1970@gmail.com

Article info

Keywords:
Service Quality, Hotel Facilities, Price, Guest Satisfaction.

Abstract

The hospitality industry demands services capable of delivering optimal customer satisfaction. Factors such as service quality, hotel facilities, and price are primary considerations for guests when evaluating their stay experience. This study aims to analyze the effect of service quality, hotel facilities, and price on guest satisfaction at Suriwathi Hotel & Villas Legian. A quantitative research design was applied with accidental sampling under a non-probability approach, involving 90 participants. The dataset underwent validity, reliability, classical assumption, descriptive, correlation, multiple linear regression, coefficient of determination, t, and F analyses. The resulting regression model was Y = -2.125 + 0.321X1 + 0.184X2 + 0.218X3 + e. Individual testing showed that service quality (t = 7.082 > 1.663), hotel facilities (t = 3.997 > 1.663), and price (t = 4.337 > 1.663) each exerted a positive and statistically significant influence on guest satisfaction (p = 0.000 < 0.05). Joint testing likewise confirmed a significant positive effect of all three predictors on guest satisfaction (F = 30.774 > 2.711; p = 0.000 < 0.05). An Adjusted R Square of 0.501 further showed that the three predictors accounted for 50.1% of the variation in guest satisfaction.

Kata kunci:
Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan Tamu.

Abstrak

Industri perhotelan dituntut menghadirkan layanan yang mampu memenuhi kepuasan tamu secara optimal. Kualitas pelayanan, fasilitas hotel, serta harga menjadi aspek utama dalam membentuk pengalaman menginap. Kajian ini ditujukan guna menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut kepada kepuasan tamu di Suriwathi Hotel & Villas Legian. Teknik kuantitatif dipakai melalui *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* terhadap 90 responden. Pengujian meliputi validitas, reliabilitas, asumsi klasik, deskriptif, korelasi, regresi berganda, determinasi, uji t, serta uji F. Persamaan regresi yang dihasilkan ialah $Y = -2{,}125 + 0{,}321X_1 + 0{,}184X_2 + 0{,}218X_3 + e$. Uji t memperlihatkan kualitas pelayanan (t hitung = 7,082 > t tabel = 1,663), fasilitas hotel (t hitung = 3,997 > t tabel = 1,663), serta harga (t hitung = 4,337 > t tabel = 1,663) berdampak positif dan signifikan kepada kepuasan tamu, masing-masing bernilai signifikansi 0,000 (p < 0,05). Uji F turut mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan secara simultan (F hitung = 30,774 > F tabel = 2,711) melalui nilai signifikansi 0,000 (p < 0,05). Nilai *Adjusted R*

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Square sebesar 0,501 mengindikasikan bahwasannya 50,1% variasi kepuasan tamu dapat diterangkan oleh ketiga variabel tersebut.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap PDRB Provinsi Bali, dengan sekitar 75% aktivitas ekonomi daerah bersumber dari sektor ini (Apriyanti dan Hatmoko, 2024). Tingginya kunjungan wisatawan mendorong pertumbuhan jumlah hotel yang saling bersaing memberikan pelayanan terbaik. Selama pandemi, jumlah tenaga kerja sektor pariwisata Bali sempat turun sekitar 28%, dari 328.000 orang pada tahun 2019 menjadi 236.000 orang pada tahun 2020 (Andini *et al*., 2022), yang menegaskan ketergantungan struktur ekonomi Bali pada pariwisata. Pascapandemi, industri perhotelan Bali menghadapi dinamika permintaan yang fluktuatif. Menurut Hidayatia dan Fadilah (2025), faktor kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga menjadi penting untuk dikaji guna menjaga daya saing dan tingkat hunian.

Suriwathi Hotel & Villas Legian merupakan hotel berbintang tiga yang tetap beroperasi sejak masa pra- hingga pascapandemi, berlokasi di kawasan "*Garlic Lane*" Legian yang ramai wisatawan domestik dan internasional. Hotel ini menawarkan lima tipe kamar (*Villa, Deluxe, Superior, Family, Standard Room*), empat restoran, dua kolam renang, dan layanan *wedding package*. Ulasan tamu pada platform digital menunjukkan penilaian yang beragam terhadap kesesuaian harga dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diterima, sehingga fenomena ini menjadi dasar penting dilakukannya penelitian.

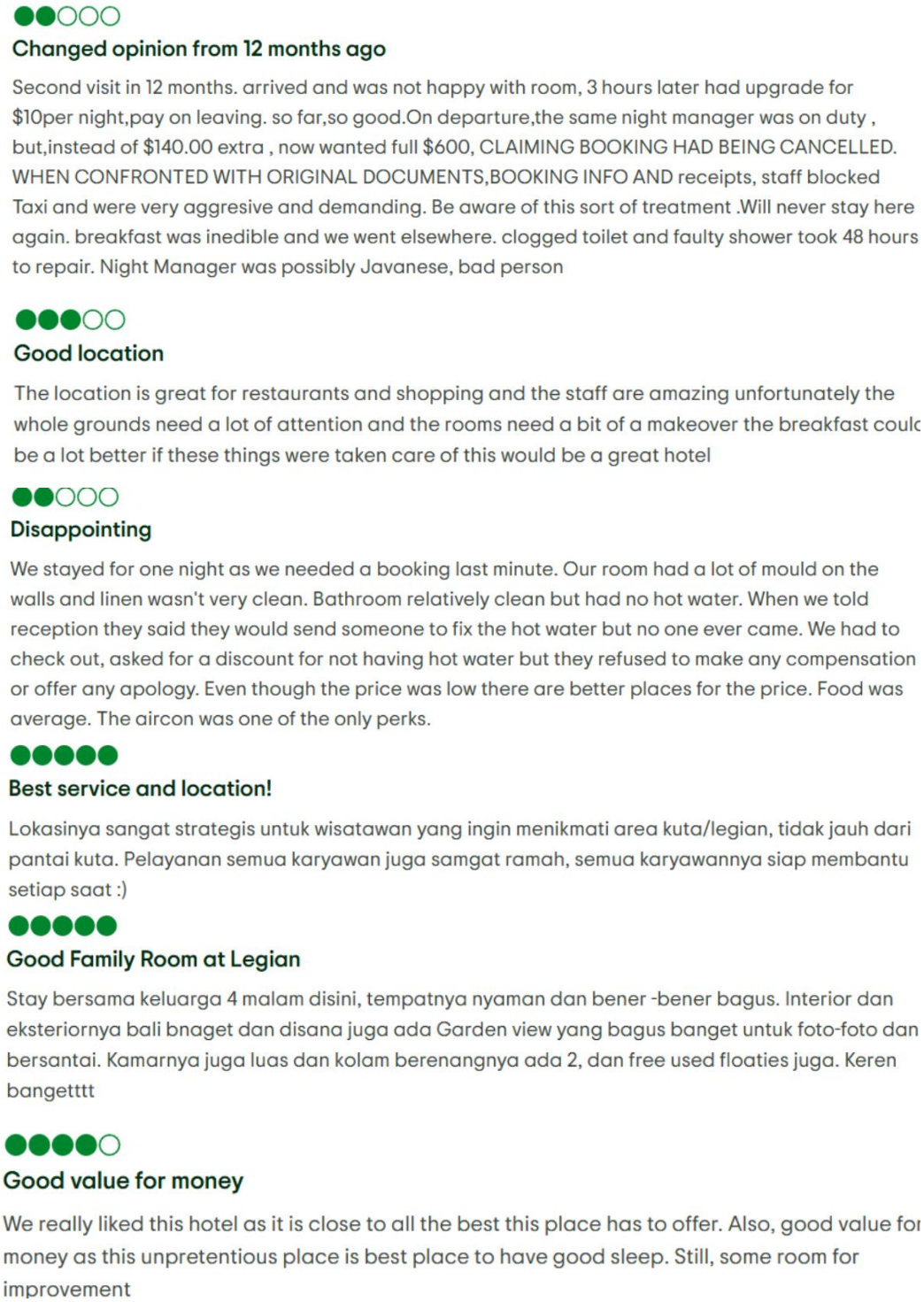
Kepuasan tamu didefinisikan sebagai reaksi kognitif dan respons afektif tamu yang mencerminkan sejauh mana pengalaman menginap memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka ketika penyedia jasa mampu memenuhi harapan tamu, peluang tamu menjadi loyal dan kembali menggunakan jasa tersebut akan meningkat (Suprina *et al*., 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu telah banyak meneliti pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan tamu hotel. Penelitian oleh Hidayatia dan Fadilah (2025); Sakti dan Friantin (2024); Riyanto *et al.* (2024) secara konsisten mengonfirmasi bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan tamu. Di sisi lain, Ayuningtias dan Nani (2025) menekankan dominasi faktor persepsi harga, sementara Setiadi dan Fahrizal (2025) menyoroti pentingnya integrasi antara *front office service* dan *customer experience.* Lebih mendalam, Mahendra (2019) menguji lima dimensi klasik SERVQUAL pada hotel kawasan Kuta, sedangkan studi internasional seperti Baquero (2023) menunjukkan adanya efek mediasi sikap personel dan variabel moderasi tingkat pendapatan tamu. Selain itu Chen *et al.* (2015) yang menemukan pola hubungan non-linear antara harga dan kepuasan berdasarkan tingkat okupansi hotel.

Meskipun kajian mengenai kepuasan tamu sudah banyak dilakukan, kebaruan *(novelty)* dari penelitian ini terletak pada pemetaannya yang spesifik pada konteks Suriwathi Hotel & Villas Legian. Sebuah akomodasi berkonsep hotel dan villa di kawasan strategis Legian yang menghadapi dinamika perilaku tamu pasca-pandemi serta persaingan harga yang ketat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mayoritas berfokus pada hotel bisnis perkotaan *(city hotel)* atau pengujian variabel secara umum tanpa membedakan segmen tipe akomodasi, penelitian ini mengkaji interaksi antara persepsi fasilitas fisik dan kualitas layanan dalam lingkungan akomodasi berbasis vila/resort local.

Urgensi dari penelitian ini didasari oleh ditemukannya keluhan serta dinamika ulasan tamu pada platform digital *TripAdvisor* terkait konsistensi pemeliharaan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga, yang disajikan pada Gambar 1.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924



Gambar 1. Ulasan tamu tentang kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga di Suriwathi Hotel & Villas
(Sumber: Platform Digital *TripAdvisor*)

Gambar 1. Memperlihatkan bahwasanya terdapat ulasan tamu positif dan negatif terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga di Suriwathi Hotel & Villas yang menunjukkan kepuasan tamu masih perlu ditingkatkan.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Berdasarkan uraian tersebut, kajian ini ditujukan guna menguji pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga kepada kepuasan tamu yang menginap di Suriwathi Hotel & Villas Legian, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen pemasaran jasa perhotelan sekaligus menjadi dasar pertimbangan manajerial bagi pihak hotel.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Suriwathi Hotel & Villas Legian dengan melibatkan 90 tamu menginap sebagai subjek penelitian. Sampel penelitian dipilih menggunakan pendekatan *non-probability sampling* melalui teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan selama tiga minggu. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Data kajian dihimpun melalui kuesioner berskala *Likert* guna mengukur persepsi, sikap, serta tanggapan responden atas variabel yang dikaji. Variabel kepuasan tamu menginap mengacu pada teori Harmanto dan Nainggolan (2020), dengan indikator kesesuaian harapan, minat menginap kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Variabel kualitas pelayanan mengacu pada Tjiptono (2020), dengan indikator *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Variabel fasilitas mengacu pada Tjiptono (2019), dengan indikator kelengkapan, kualitas, tata letak, kebersihan, dan aksesibilitas fasilitas. Variabel harga mengacu pada Tjiptono (2019), dengan indikator keterjangkauan, konsistensi, potongan harga, variasi harga kamar, serta harga makanan dan minuman. Menurut teori Sugiyono (2019) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau responden penelitian dan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain yang telah tersedia sebelumnya. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada 90 responden. Selain itu, kajian ini turut menggunakan data sekunder yang dihimpun dari dokumen profil Suriwathi Hotel & Villas Legian seperti struktur organisasi, serta ulasan tamu pada platform digital TripAdvisor sebagai data pendukung untuk mengidentifikasi fenomena awal terkait keluhan dan kualitas pelayanan.

Pengolahan data pada kajian ini memakai SPSS 25 melalui sejumlah tahapan analisis. Pengujian awal mencakup validitas serta reliabilitas guna memastikan ketepatan dan konsistensi instrumen (Yusup, 2018). Selanjutnya, uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas (Indartini, 2024). Analisis deskriptif dipakai guna menggambarkan nilai minimum serta maksimum data (Ghozali, 2018). Tahapan berikutnya mencakup korelasi parsial, korelasi berganda, regresi linier berganda guna mengidentifikasi pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat, serta analisis determinasi guna mengukur kontribusinya. Hipotesis diuji melalui uji t serta uji F guna melihat pengaruh variabel secara parsial maupun simultan. Seluruh proses dilaksanakan secara sistematis agar menghasilkan temuan yang valid, reliabel, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dalam menjawab rumusan masalah di Suriwathi Hotel & Villas Legian (Sugiyono, 2019).

Kesimpulan sementara atau hipotesis pada penelitian ini dapat dijelaskan yaitu:
H1: memperlihatkan bahwasannya diduga kualitas pelayanan (x1) secara parsial memberikan pengaruh positif kepada kepuasan tamu (y).
H2: memperlihatkan bahwasannya diduga fasilitas (x2) secara parsial memberikan pengaruh positif kepada kepuasan tamu (y).
H3: memperlihatkan bahwasannya diduga harga (x3) secara parsial memberikan pengaruh positif kepada kepuasan tamu (y).

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

H4: memperlihatkan bahwasannya diduga kualitas pelayanan (x1), fasilitas (x2), serta harga (x3) secara simultan memberikan pengaruh positif kepada kepuasan tamu (y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1 memuat hasil analisis deskriptif variabel kepuasan tamu menginap, kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga di Suriwathi Hotel & Villas Legian. Hasil analisis memperlihatkan seluruh variabel berada pada kategori cukup tinggi. Rata-rata kepuasan tamu mencapai 3,50, sedangkan kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga masing-masing bernilai 3,49.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Kategori
Kepuasan Tamu	3,50	Baik
Kualitas Pelayanan	3,49	Baik
Fasilitas	3,49	Baik
Harga	3,49	Baik

Seluruh nilai mean berada pada kategori "baik" berdasarkan kriteria penilaian skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai mean yang relatif tinggi ini mencerminkan persepsi positif para responden terhadap masing-masing aspek yang diukur. Kepuasan tamu yang baik mengindikasikan tingginya pemenuhan harapan, minat kembali berkunjung, serta kesiapan memberikan rekomendasi. Kualitas pelayanan yang baik menandakan bahwa *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* telah diterapkan secara efektif. Fasilitas yang baik menunjukkan bahwa kelengkapan, kualitas, tata letak, kebersihan, dan aksesibilitas fasilitas dinilai mampu mendukung aktivitas dan kenyamanan tamu. Sementara itu, harga yang berada pada kategori baik menunjukkan bahwa keterjangkauan, konsistensi, potongan harga, variasi harga kamar, serta harga makanan dan minuman dinilai sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima.

2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Kode Indikator	*Pearson Correlation*	*Crochbach's Alpha*
Kualitas Pelayanan	Bukti fisik	$X_{1.1}$	0.847	0,934
	Keandalan	$X_{1.2}$	0.870	
	Daya tanggap	$X_{1.3}$	0.843	
	Jaminan	$X_{1.4}$	0.761	
	Empati	$X_{1.5}$	0.802	

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Fasilitas	Kelengkapan fasilitas	$X_{2.1}$	0.809	0,950
	Kualitas fasilitas	$X_{2.2}$	0.879	
	Tata letak fasilitas	$X_{2.3}$	0.905	
	Kebersihan fasilitas	$X_{2.4}$	0.837	
	Aksesibilitas	$X_{2.5}$	0.903	
Harga	Keterjangkauan harga	$X_{3.1}$	0.770	0,909
	Konsistensi harga	$X_{3.2}$	0.760	
	Potongan harga	$X_{3.3}$	0.810	
	Harga kamar bervariatif	$X_{3.4}$	0.781	
	Harga makanan dan minuman	$X_{3.5}$	0.744	
Kepuasan Tamu Menginap	Kesesuaian harapan	$Y_{1.1}$	0.686	0,855
	Niat menginap kembali	$Y_{1.2}$	0.768	
	Kesediaan untuk merekomendasikan	$Y_{1.3}$	0.736	

Tabel 2 memperlihatkan bahwasannya seluruh indikator disetiap variabel mempunyai nilai Pearson Correlation lebih dari 0,30 (misal: X1.1 = 0,847; X2.3 = 0,905; X3.3 = 0,810: Y1.2 = 0,768), mengindikasikan validitas konstruk yang tinggi karena setiap indikator berkorelasi kuat dengan total skor variabelnya. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel juga cukup tinggi: Kepuasan tamu (0,855), kualitas pelayanan (0,934), fasilitas (0,950), dan harga (0,909). Seluruh nilai yang ddiperoleh berada di atas batas minimum reliabilitas sebesar 0,70. Capaian itu membuktikan bahwasanya instrumen kajian mempunyai level reliabilitas yang baik serta bisa memunculkan hasil ukur secara konsisten.

3. Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 3. Ringkasan Pengujian Syarat Asumsi Klasik Model Regresi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		V. Bebas	*Tolerance*	VIF	Sig.
N	90	X1	0,994	1,006	0,697
Asymp. Sig.	0,200	X2	0,996	1,004	0,468
(2-tailed)		X3	0,998	1,002	0,385

Tabel 3 tersaji ringkasan uji asumsi klasik yang mencakup pemeriksaan normalitas lewat *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, multikolinearitas melalui besaran *Tolerance* serta *VIF*, dan heteroskedastisitas merujuk pada level signifikansi tiap variabel. Pengujian normalitas mendapati skor *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni 0,200 (di atas 0,05), yang membuktikan bahwasannya sebaran data normal. Tiap variabel bebas pun mempunyai nilai *Tolerance* melampaui 0,10 serta *VIF* di bawah 10, mengindikasikan ketiadaan gejala multikolinearitas. Selain itu, level signifikansi X1 (0,697), X2 (0,468), serta X3 (0,385) konsisten berada di atas 0,05, sehingga model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Kajian ini memakai analisis regresi linier berganda guna memahami hubungan antar variabel sekaligus menguji hipotesis, baik secara parsial maupun simultan. Hasil pengolahan data tersebut selanjutnya disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda

V. Dependen (Y)	V. Independen (Prediktor)	Korelasi Parsial (r)	B	Beta	Nilai t_{hitung}	Sig
Kepuasan Tamu Menginap	Kualitas Pelayanan	0.567	0.321	0,045	7.082	0,000
	Fasilitas	0.338	0.184	0,046	3.997	0,000
	Harga	0.354	0.218	0,050	4.337	0,000
R = 0.720						
R Square = 0,518						
Adjusted R Square = 0,501						
t. table = 1,663						
F tabel = 2,711						
Konstanta = -2.125						
Persamaan Regresi Y = -2.125+ 0,321X1 + 0,184X2 + 0,218X3 + e						
F hitung = 30.774						
Sig. F = 0,000						

Merujuk pada hasil regresi linier berganda Tabel 4, kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), serta harga (X3) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan tamu (Y) di Suriwathi Hotel & Villas Legian, baik secara parsial maupun simultan. Secara parsial, hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung sebesar 7,082 untuk kualitas pelayanan, 3,997 untuk fasilitas dan 4,337 untuk harga. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,663. Selain itu, tiap variabel bebas mempunyai nilai signifikansi < 0,05. Oleh sebab itu, ketiga variabel tersebut secara parsial memberikan pengaruh signifikan kepada kepuasan tamu.

Uji simultan memperlihatkan bahwasannya model regresi memberikan pengaruh signifikan, ditunjukkan melalui F-hitung 30,774 > F-tabel 2,711 serta signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square 0,501 mengindikasikan bahwasannya 50,1% variasi kepuasan tamu dijelaskan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga. Sementara 49,9% sisanya dipengaruhi aspek lainnya di luar model kajian.

Persamaan regresi yang diperoleh, yaitu Y = -2.125+ 0,321X1 + 0,184X2 + 0,218X3 + e, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan tamu. Kemudian diikuti oleh harga dan fasilitas. Temuan ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi serta mengukur pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan tamu, serta memperkuat rekomendasi bagi manajemen agar memprioritaskan penguatan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dalam meningkatkan kepuasan tamu.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Pembahasan

Hasil analisis memperlihatkan bahwasannya kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan kepada kepuasan tamu yang menginap di Suriwathi Hotel & Villas Legian. Temuan tersebut diperkuat oleh t-hitung 7,082 > t-tabel 1,663, koefisien regresi 0,321, serta signifikansi 0,000. Hasil tersebut mendukung temuan penelitian Sakti dan Friantin (2024) yang menemukan adanya hubungan antara kualitas pelayanan berpengaruh dan kepuasan konsumen, serta Riyanto *et al*. (2024) yang menegaskan bahwa keramahan dan keandalan layanan menjadi kunci daya saing hotel kelas menengah. Hasil ini juga konsisten dengan Mahendra (2019) pada Hotel Griya Sunset Kuta dan Islam *et al*. (2020) yang sama-sama menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan prediktor utama kepuasan tamu lintas konteks geografis dan segmen pasar. Namun temuan ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Malinta *et al*. (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana kepuasan tamu lebih ditentukan oleh fasilitas fisik. Adanya ketidakkonsistenan hasil ini (*empirical gap)* membuktikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan bersifat kontekstual tergantung pada jenis properti dan segmen tamu.

Fasilitas turut memberikan pengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan tamu, ditunjukkan melalui t-hitung 3,997, koefisien regresi 0,184, serta nilai signifikansi 0,000. Meskipun pengaruhnya berada setelah kualitas pelayanan, hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas tetap memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan kepuasan tamu. Temuan ini mengonfirmasi hasil Hidayati dan Fadilah (2025) pada Hotel Whiz Prime Padang; Riyanto *et al*. (2024), yang juga menemukan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu pada hotel kelas menengah. Namun meskipun hasil pengujian pada Suriwathi Hotel & Villas Legian menunjukkan fasilitas berpengaruh signifikan, temuan ini bertolak belakang dengan hasil pengujian Deffie *et al*. (2023) pada hotel berbintang di Parapat yang menemukan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Ketidakkonsistenan hasil empiris ini menegaskan bahwa keberadaan fasilitas fisik sangat bergantung pada persepsi serta pemeliharaan fungsinya, sehingga memperkuat kebaruan (novelty) dan urgensi pengujian pada Suriwathi Hotel & Villas Legian

Pengaruh harga juga terbukti signifikan dengan koefisien regresi 0,218; t-hitung 4,337 dengan nilai signifikansi 0,000, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Ayuningtias dan Nani (2025); Setiadi dan Fahrizal (2025) mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga berdampak positif dan signifikan kepada kepuasan tamu.

Secara simultan persamaan regresi Y = -2.125+ 0,321X1 + 0,184X2 + 0,218X3 + e, dengan F-hitung 30,774 > F-tabel 2,771 (sig. 0,000 < 0,05). Menegaskan ketiga faktor tersebut secara bersama-sama menjelaskan 50,1% variasi kepuasan tamu di lingkungan hotel (R Square = 0,518). Hal ini bersesuaian dengan opini Sakti dan Friantin (2024) yang mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga menghasilkan pengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan tamu.

Ketiga variabel, kualitas pelayanan memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan tamu menginap, disusul harga dan fasilitas. Setiap variabel memiliki urgensi yang berbeda berdasarkan konteks segmen tamu, kebutuhan dan pengalaman tamu selama menginap yang diteliti. Adapun sisa variasi kepuasan tamu (49,9%) yang belum terjelaskan dalam model penelitian ini membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi faktor lain seperti citra merek, lokasi, promosi digital, ulasan daring

(*online review),* dan pengalaman emosional (*experiential value*) sebagai determinan tambahan kepuasan tamu di industri perhotelan.

SIMPULAN

Merujuk pada hasil kajian di Suriwathi Hotel & Villas Legian, ketiga variabel bebas terbukti mempunyai pengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan tamu menginap, secara parsial maupun simultan. Kualitas pelayanan menghasilkan pengaruh paling besar dengan koefisien regresi sebesar 0,321, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, ramah, dan responsif berperan penting dalam meningkatkan kepuasan tamu. Harga juga memberikan pengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0,218, yang menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat dan pengalaman yang diterima turut memengaruhi kepuasan tamu. Sementara itu, fasilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,184 juga berperan dalam mendukung kenyamanan dan kepuasan tamu selama menginap. Secara simultan, ketiga faktor tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga pengelolaan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara terpadu penting untuk menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik di Suriwathi Hotel & Villas Legian. Temuan ini selaras dengan sasaran kajian guna mengidentifikasi serta mengukur pengaruh ketiga aspek kepada kepuasan tamu, sekaligus menjadi masukan bagi manajemen guna meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman menginap.

DAFTAR PUSTAKA

Andini, L. G. R. W., Eristayani, N. K., dan Wiyanto, D. A. P. (2022). Pembenahan Urgensi Ekonomi Guna Menciptakan Sumber Pertumbuhan Baru di Bali dalam Masa Pandemi. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR),* 2, 476-486.

Apriyanti, M. E., dan Hatmoko, B. D. (2024). Peran Pariwisata terhadap PDRB dan Dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Bali. *Sosio e-Kons*, 16(2), 135–144.

Ayuningtias, D. P., dan Nani. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(3), 5943–5954.

Baquero, A. (2023). Is Customer Satisfaction Achieved Only with Good Hotel Facilities? A Moderated Mediation Model. *Administrative Sciences*, 13(4).

Chen, C. -M., Yang, H. -W., Li, E. Y., & Liu, C. -C. (2015). How does hotel pricing influence guest satisfaction by the moderating influence of room occupancy? *International Journal of Hospitality Management*, 49, 136–138.

Deffie, R., Tauhid, B., Ritonga, A.K., & Hamdani, M. (2023). Pengaruh Fasilitas Kamar terhadap Kepuasan Tamu Menginap pada Hotel Berbintang di Parapat Kabupaten Simalungun. *Jurnal Darma Agung*, 31(6), 64–70.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayati, S. N. E., & Fadilah, R. (2025). Pengaruh Fasilitas Hotel dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Whiz Prime Padang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 120–133.

Hermanto, H. dan Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(1), 46-57.

Indartini, M. (2024). *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

Islam, M. K., Haji Majid, M.Y. B., Hasnol Azam, M, I. M. B., & Zamrin, N. I. A. B. (2020). Service Quality and Customer Satisfaction at International Hotels in Kuala Lumpur. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 91, 845–854.

Mahendra, I. K. G. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Denpasar.

Malinta, A., Wolok, T., & Abdussamad, Zulfia K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis,* 7(1), 138–142.

Riyanto, A., Maria TH, A. D., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2024). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dan Fasilitas di Hotel Berbintang Tiga Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(1), 172–178.

Sakti, F. K., dan Friantin, S. H. E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Konsumen Hotel Atina Graha Kota Surakarta. *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 45–53.

Setiadi, P., & Fahrizal, I. (2025). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Hotel melalui Layanan Front Office Berkualitas, Harga, dan Customer Experience Studi Empiris pada Hotel Horison Kotaraja, Papua. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(1), 95–113.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., Hurriyati, R. (2022). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 13(3), 233–243.

Tjiptono, F. (2019). *Manejemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.