

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Apprians Hotel

Januar Budi Satria
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan
januarbudisatria@gmail.com

Abstrak

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk bertujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Kualitas pelayanan dan fasilitas saat ini lebih dipentingkan dalam bisnis pariwisata karna diduga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Apprians Hotel yang berada di Deli Serdang Sumatra utara merupakan salah satu hotel yang banyak dikunjungi oleh wisatawan asing maupun local. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pengunjung di Apprians Hotel. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan bantuan statistic deskriptif SPSS 25 dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas hotel berpengaruh signifikan, sebesar 52,2% dan sisanya sebesar 47,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: pariwisata, kualitas pelayanan, fasilitas hotel, kepuasan pengunjung.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan berbagai sektor pendukung, termasuk industri perhotelan. Pertumbuhan sektor pariwisata tidak hanya bergantung pada daya tarik destinasi wisata, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas layanan akomodasi yang diberikan kepada wisatawan selama melakukan perjalanan. Dalam konteks tersebut, hotel menjadi salah satu komponen penting dalam sistem kepariwisataan karena berfungsi sebagai penyedia jasa penginapan, pelayanan, dan fasilitas yang mampu menunjang pengalaman wisatawan selama berada di suatu destinasi.

Perkembangan industri perhotelan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Meningkatnya jumlah hotel, baik hotel berbintang maupun nonberbintang, mendorong setiap pengelola hotel untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimiliki sebagai strategi dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Persaingan tersebut tidak lagi hanya didasarkan pada harga kamar, tetapi lebih menitikberatkan pada kemampuan hotel dalam menciptakan pengalaman menginap yang berkualitas melalui pelayanan yang profesional, fasilitas yang lengkap, serta kenyamanan yang dirasakan oleh pengunjung. Kondisi tersebut menjadikan kepuasan pelanggan sebagai indikator utama keberhasilan pengelolaan hotel.

Kepuasan pengunjung merupakan evaluasi yang dilakukan pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum menggunakan jasa dengan pengalaman nyata setelah menerima pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja suatu

produk atau jasa mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam industri jasa seperti hotel, kepuasan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas pelanggan, pembelian ulang, serta penyebaran informasi positif melalui *word of mouth*. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, pelanggan cenderung memberikan ulasan negatif dan beralih kepada hotel pesaing. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan aset strategis yang harus dikelola secara berkelanjutan. Salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pengunjung hotel adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menggambarkan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, profesional, dan dapat dipercaya. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan bahwa kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut menjadi acuan yang paling banyak digunakan dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan di industri jasa, termasuk sektor perhotelan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Wilson dan Goldie (2022) menemukan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara signifikan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengunjung hotel di Indonesia. Demikian pula penelitian Sharma dan Srivastava (2018) menyimpulkan bahwa implementasi dimensi SERVQUAL secara konsisten memberikan dampak positif terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas hotel.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang tidak kalah penting dalam membentuk kepuasan pelanggan adalah fasilitas hotel. Fasilitas merupakan seluruh sarana fisik maupun nonfisik yang disediakan hotel untuk menunjang kenyamanan dan kemudahan tamu selama menginap. Fasilitas hotel meliputi kondisi kamar, kebersihan lingkungan, jaringan internet, area parkir, restoran, ruang pertemuan, sistem keamanan, hingga fasilitas pendukung lainnya. Dalam perspektif pemasaran jasa, fasilitas fisik (*physical evidence*) merupakan bagian penting yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu hotel sebelum maupun setelah menerima pelayanan.

Keberadaan fasilitas yang memadai memberikan nilai tambah bagi hotel karena mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menginap. Sebaliknya, fasilitas yang kurang lengkap, tidak terawat, atau tidak sesuai harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan meskipun pelayanan yang diberikan oleh karyawan telah berjalan dengan baik. Oleh sebab itu, pengelolaan fasilitas merupakan bagian integral dalam strategi peningkatan kualitas layanan hotel.

Penelitian Riyanto et al. (2024) pada hotel berbintang di Kota Semarang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas hotel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa peningkatan kualitas fasilitas mampu memperkuat pengalaman pelanggan selama menginap sehingga memberikan dampak positif terhadap kepuasan secara keseluruhan. Hasil yang sejalan juga ditemukan pada penelitian mengenai hotel di Bali yang menunjukkan bahwa kombinasi pelayanan berkualitas dan fasilitas yang memadai menjadi determinan utama kepuasan tamu.

Dalam konteks **Apprians Hotel**, kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi aspek yang sangat menentukan keberhasilan hotel dalam mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya ekspektasi konsumen. Pengunjung saat ini tidak hanya menilai hotel berdasarkan harga kamar, tetapi juga mempertimbangkan kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan lingkungan hotel, kelengkapan fasilitas, keamanan, serta kenyamanan selama menginap. Perkembangan teknologi digital dan maraknya penggunaan platform pemesanan daring juga menyebabkan pengalaman pelanggan lebih mudah disebarluaskan melalui ulasan (*online reviews*), sehingga kepuasan pelanggan memiliki implikasi langsung terhadap citra dan reputasi hotel.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan, hasil penelitian masih menunjukkan variasi bergantung pada karakteristik hotel, segmentasi pelanggan, serta lokasi penelitian. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan pada Apprians Hotel memiliki nilai penting untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengunjung pada konteks hotel yang menjadi objek penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pariwisata, khususnya pada bidang manajemen perhotelan, sekaligus menjadi dasar bagi manajemen Apprians Hotel dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pengunjung di Apprians Hotel. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi yang bersifat aplikatif bagi pengelola hotel dalam meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan, meningkatkan loyalitas tamu, serta memperkuat daya saing hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin dinamis.

KAJIAN TEORI

Menurut undang-undang pariwisata nomor 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan wisata ke luar tempat tinggal asal dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daya tarik wisata, keagamaan, atau untuk tujuan bisnis yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah (Kasus et al., 2011). Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata ialah kegiatan bepergian atau wisata ke suatu tempat dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah ataupun daya tarik wisata, religi, dan pengembangan pribadi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang paling banyak dikaji dalam penelitian pemasaran jasa karena menjadi indikator utama keberhasilan organisasi jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Pada industri hotel, kualitas pelayanan menggambarkan sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan tamu.

Menurut Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry (1988), kualitas pelayanan merupakan kesenjangan antara harapan pelanggan (*expected service*) dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima (*perceived service*). Semakin kecil kesenjangan tersebut, semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan.

Dalam perkembangannya, model **SERVQUAL** menjadi instrumen yang paling luas digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada industri jasa, termasuk hotel. Model ini telah banyak diterapkan karena mampu mengukur persepsi pelanggan secara komprehensif terhadap pelayanan yang diterima.

Sharma dan Srivastava (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan yang menentukan kepuasan pelanggan pada industri hotel karena pelayanan merupakan produk utama yang dirasakan langsung oleh tamu selama menginap.

Adapun dimensi dari kualitas pelayanan Menurut Parasuraman et al. (1988), kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan seluruh aspek fisik yang dapat diamati secara langsung oleh pelanggan, seperti kondisi bangunan hotel, kebersihan kamar, penampilan karyawan, perlengkapan kamar, fasilitas restoran, area parkir, maupun kelengkapan teknologi yang digunakan hotel.

Pada industri hotel, dimensi tangibles sering kali menjadi kesan pertama (*first impression*) yang memengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Fasilitas fisik yang modern, bersih, dan nyaman akan meningkatkan persepsi profesionalisme hotel sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Reliability (Keandalan)

Reliability merupakan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan sesuai janji secara akurat, konsisten, dan tepat waktu. Misalnya ketepatan proses *check-in*, keakuratan reservasi, kesesuaian tipe kamar, maupun kecepatan penyelesaian keluhan pelanggan.

Dimensi ini menjadi dasar terbentuknya kepercayaan pelanggan karena menunjukkan komitmen hotel dalam memenuhi janji pelayanan yang telah diberikan.

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness menggambarkan kesediaan seluruh karyawan hotel dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat. Pelanggan cenderung merasa puas apabila permintaan mereka segera ditangani tanpa harus menunggu dalam waktu yang lama.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa daya tanggap merupakan salah satu dimensi SERVQUAL yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu hotel.

d. Assurance (Jaminan)

Assurance berkaitan dengan kemampuan, kesopanan, kompetensi, dan kredibilitas karyawan dalam memberikan rasa aman kepada pelanggan. Kompetensi petugas resepsionis, keamanan hotel, kemampuan menjawab pertanyaan tamu, serta sikap profesional merupakan indikator utama dimensi assurance.

Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kompetensi karyawan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.

e. Empathy (Empati)

Empathy merupakan perhatian pribadi yang diberikan hotel kepada setiap pelanggan. Pelayanan yang bersifat personal, keramahan, kemampuan memahami kebutuhan tamu, serta komunikasi yang baik menjadi indikator utama dimensi ini.

Pada industri jasa, empati menjadi pembeda utama antarhotel karena menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan yang merasa diperhatikan secara personal cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap hotel.

Fasilitas Hotel

Fasilitas hotel merupakan seluruh sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak hotel untuk menunjang kenyamanan, keamanan, dan kemudahan tamu selama menggunakan jasa akomodasi. Dalam perspektif pemasaran jasa, fasilitas termasuk dalam unsur **physical evidence**, yaitu bukti nyata yang dapat dirasakan pelanggan ketika menggunakan suatu jasa.

Menurut Philip Kotler > dan Kevin Lane Keller (2016), fasilitas merupakan salah satu atribut produk jasa yang memiliki kemampuan membentuk persepsi kualitas pelanggan sebelum maupun sesudah menerima pelayanan.

Pada industri hotel, fasilitas meliputi:

- kondisi kamar;
- tempat tidur;
- pendingin ruangan;
- televisi;
- akses internet (Wi-Fi);
- restoran;
- ruang rapat;
- area parkir;
- kolam renang;
- pusat kebugaran;
- sistem keamanan;
- kebersihan lingkungan hotel.

Semakin lengkap fasilitas yang dimiliki hotel, semakin tinggi pula nilai yang dirasakan pelanggan (*perceived value*). Oleh karena itu, fasilitas tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pelayanan, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Penelitian Riyanto et al. (2024) menunjukkan bahwa fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hotel dengan fasilitas yang lengkap mampu memberikan pengalaman menginap yang lebih nyaman sehingga meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan.

Shanka dan Taylor (2004) juga menjelaskan bahwa atribut fasilitas memiliki pengaruh besar terhadap persepsi kualitas hotel, khususnya pada hotel berbintang, karena pelanggan menilai kualitas hotel berdasarkan kondisi fisik yang mereka gunakan selama menginap.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung merupakan respon emosional pelanggan setelah membandingkan harapan sebelum menggunakan jasa dengan pengalaman aktual setelah menerima pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas (*delighted*). Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa.

Dalam industri hotel, kepuasan pelanggan memiliki implikasi yang sangat luas karena berpengaruh terhadap:

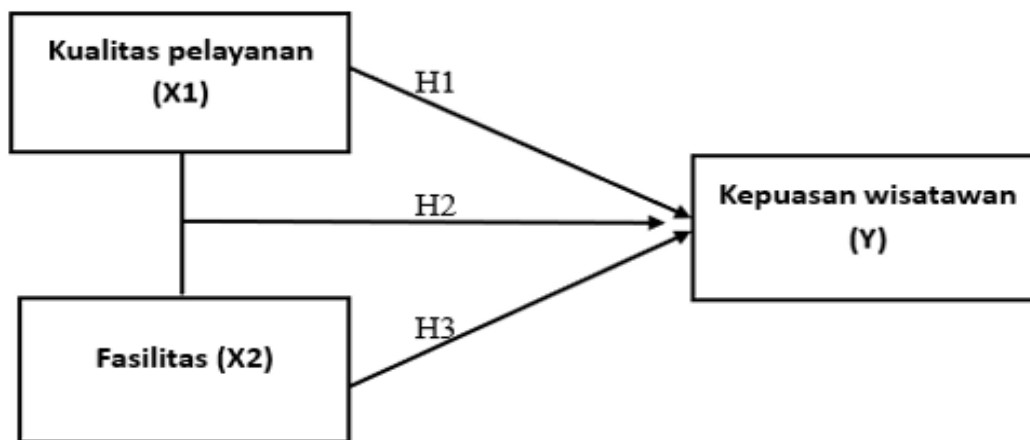
- loyalitas pelanggan
- niat melakukan kunjungan ulang
- rekomendasi kepada orang lain (*word of mouth*)
- ulasan positif pada platform digital
- peningkatan citra hotel.

Beberapa indikator kepuasan pelanggan yang sering digunakan dalam penelitian hotel meliputi:

1. kesesuaian harapan;
2. kepuasan terhadap pelayanan;
3. kepuasan terhadap fasilitas;
4. keinginan berkunjung kembali;
5. kesediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Penelitian mengenai industri hotel menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi langsung dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan hotel.

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka berfikir

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H2: Fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas hotel secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diperoleh berupa angka dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hubungan antar variabel. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas hotel (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Penelitian ini dilakukan di Apprians Hotel yang berlokasi di Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa hotel tersebut merupakan salah satu penyedia jasa akomodasi yang aktif melayani tamu dengan tingkat kunjungan yang cukup stabil, namun masih terdapat variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan ulasan awal. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan Teknik pengambilan sampel adalah sampling incidental.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Teknik yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment. Item dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel pada signifikansi 0,05. Disini R tablenya adalah 0,202.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,612	0,202	Valid
	X1.2	0,578	0,202	Valid
	X1.3	0,642	0,202	Valid
	X1.4	0,587	0,202	Valid
	X1.5	0,786	0,202	Valid
	X1.6	0,726	0,202	Valid
	X1.7	0,687	0,202	Valid
	X1.8	0,720	0,202	Valid
Fasilitas Hotel (X2)	X2.1	0,701	0,202	Valid
	X2.2	0,685	0,202	Valid
	X2.3	0,699	0,202	Valid
	X2.4	0,712	0,202	Valid
	X2.5	0,678	0,202	Valid
	X2.6	0,699	0,202	Valid
	X2.7	0,765	0,202	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1	0,789	0,202	Valid
	Y2	0,678	0,202	Valid
	Y3	0,768	0,202	Valid
	Y4	0,689	0,202	Valid
	Y5	0,699	0,202	Valid
	Y6	0,781	0,202	Valid

	Y7	0.799	0,202	Valid
--	----	-------	-------	-------

Sumber: Olahan SPSS 25

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas hotel (X2), dan kepuasan pengunjung (Y) memiliki nilai **r hitung** > **r tabel (0,202)**. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel, dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner konsisten dan dapat dipercaya.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	8	0,835	0,70	Reliabel
Fasilitas Hotel (X2)	7	0,829	0,70	Reliabel
Kepuasan Pengunjung(Y)	7	0,839	0,70	Reliabel

Sumber: Olahan SPSS 25

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Hal ini berarti seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel penelitian secara berulang.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Variabel Residual	Sig.	Alpha	Keterangan
Unstandardized Residual	0,200	0,05	Normal

Sumber: Olahan SPSS 25

Nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,538	1,86	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,538	1,86	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Olahan SPSS 25

Nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,10 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan korelasi tinggi antar variabel independen, sehingga model regresi layak digunakan.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Variabel	Sig.	Alpha	Keterangan
X1	0,412	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

X2	0,389	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
----	-------	------	-----------------------------------

Sumber: Olahan SPSS 25

Karena nilai signifikansi seluruh variabel $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independent (X) terhadap variable dependent (Y), Dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y= kepuasan pengunjung

a = konstanta

X1= kualitas pelayanan

X2= fasilitas hotel

b1= koefisien regresi variable kualitas pelayanan

b2= koefisien regresi variable fasilitas hotel

e= error of them

Tabel 6. Uji regresi linier berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.565	2.800		.559	.578
	kualitas pelayanan	.389	.126	.282	3.096	.003
	fasilitas	.638	.113	.514	5.640	.000

Sumber: Olahan SPSS 25

Dari table diatas sehingga dapat diperoleh hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,565 + 0,389X_1 + 0,638X_2 + e$$

Yang dimana:

Nilai konstanta (nilai a) sebesar 1,565 yang artinya jika variable kualitas pelayanan dan fasilitas hotel sama dengan 0 maka kepuasan wisatawan adalah 1,565.

Nilai koefisien variable kualitas pelayanan sebesar 0,389 yang artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1%, maka akan mengakibatkan peningkatan variable kepuasan wisatawan sebesar 0,389.

Nilai koefisien variable fasilitas hotel sebesar 0,634 yang artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1%, maka akan mengakibatkan peningkatan variable kepuasan wisatawan sebesar 0,638.

Uji hipotesis simultan

Uji-F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variable independent secara Bersama-sama atau (simultan) mempengaruhi variable dependent.

Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ table maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variable independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependent secara simultan.

Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai F hitung $< F$ table maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya variable independent tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependent secara simultan. Disini F table nya sebesar 3,10

Tabel 7. Uji hipotesis simultan
ANOVA^a

Model		Jumlah Kuadrat	Derajat Bebas	F	Sig.
1	Regression	578.739	2	50.216	.000 ^b
	Residual	530.146	92	5.762	
	Total	1108.884	94		

Sumber: Olahan SPSS 25

Kualitas pelayanan dan fasilitas hotel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Terbukti dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung 50,216 $> 3,10$.

Uji hipotesis parsial

Uji-T atau uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variable independent dan dependent secara terpisah atau sendiri-sendiri.

Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai T hitung $> T$ table maka terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y. namun jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai T hitung $< T$ table maka tidak terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y. disini nilai T tablenya sebesar 1,984.

Tabel 8. Uji hipotesis partial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.565	2.800		.559	.578
	kualitas pelayanan	.389	.126	.282	3.096	.003
	fasilitas	.638	.113	.514	5.640	.000

Sumber: Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada table, nilai signifikan yang di dapat oleh variable X1 kualitas pelayanan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $3,096 > 1,984$ yang artinya terdapat pengaruh antara variable X1 kualitas pelayanan terhadap Y kepuasan pengunjung.

Dapat dilihat Kembali nilai signifikan yang didapat oleh variable X2 fasilitas adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $5.640 > 1,984$ yang artinya terdapat pengaruh antara variable X2 fasilitas terhadap Y kepuasan pengunjung.

Uji determinasi (R Square)

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besarkemampaun atau pengaruh variable independent terhadap variable dependent.

Tabel 9. Uji determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.512	2.40051

Predictors: (Constant), facilities, service quality

Sumber: Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada table, hasil menunjukkan pengaruh variable independent kualitas pelayanan X1 dan fasilitas hotel X2 terhadap variable dependent kepuasan pengunjung Y sebesar 0,522 yang artinya pengaruh variable independent terhadap variable dependent adalah sebesar 52,2% dan sisahnya sebesar 47,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pengunjung di Apprians Hotel, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan memberikan solusi terhadap keluhan, serta perhatian kepada tamu, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung. Di antara variabel yang diteliti, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan fasilitas hotel.

Fasilitas hotel juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kondisi kamar yang nyaman, kebersihan lingkungan hotel, kelengkapan fasilitas pendukung, kualitas jaringan internet, serta fasilitas umum lainnya menjadi faktor yang meningkatkan pengalaman menginap dan kepuasan pelanggan.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan fasilitas hotel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan sekitar 52,2% variasi kepuasan pengunjung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, citra hotel, promosi, nilai yang dirasakan, dan pengalaman pelanggan sebelumnya.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa manajemen Apprians Hotel perlu mempertahankan bahkan meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan karyawan secara berkelanjutan, mempercepat respons terhadap kebutuhan tamu, serta melakukan evaluasi rutin terhadap kualitas fasilitas yang tersedia. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti harga, citra merek, kualitas pengalaman pelanggan (*customer experience*), kepercayaan pelanggan, maupun loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih besar diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

REFERENCES

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.

- Brady, M. K., & Cronin, J. J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
- Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (12th ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M., & Yokoyama, F. (1990). Lodgserv: A service quality index for the lodging industry. *Hospitality Research Journal*, 14(2), 277–284.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-4). Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. S. A. (2019). Penerapan metode Service Quality (SERVQUAL) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *OPSI*, 12(1), 1–11.
- Saleh, F., & Ryan, C. (1991). Analysing service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model. *The Service Industries Journal*, 11(3), 324–345.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56–60.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service, quality & customer satisfaction* (Edisi ke-5). Andi.
- Umar, W. (2008). Analysis measurement of quality service hotel with approach of method SERVQUAL. *Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 61–67.
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022). Memahami kepuasan pelanggan terhadap pelayanan hotel: Suatu tinjauan pustaka sistematis. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.
- Dewantara, H., Isma, A., & Raharimalala, S. (2025). Prioritizing service quality levers in a business hotel: Empirical evidence from SERVQUAL. *Fundamental and Applied Management Journal*, 1(1).
- Mulawarman, S., Tosungku, L. O. A. S., & Widada, D. (2024). Analisis kualitas pelayanan hotel menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 4(3).
- Hariyanto, D. (2014). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel JW Marriott Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).