



PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA HOTEL MATHILDA MAUMERE

Martina Herlina¹, Antonius Philipus K.Gheta², Dimas Realino³

Universitas Nusa Nipa, Indonesia

Alamat : Jalan Kesehatan Nomor 3, Beru, Alok Timur, Kabupaten Sikka, NTT

Korespondensi Penulis: herlina@gmail.com

Abstract : *This research aimed to determine the influence of facilities and service quality on guest satisfaction at Mathilda Hotel Maumere. The background of this research was from the increasing competition in the hotel industry in Sikka Regency, as well as initial findings indicating a discrepancy between guests' expectations and the actual services received, particularly in terms of limited facilities and inconsistencies in service quality. This research used a quantitative method with an associative research design. The sample consisted of 87 respondents selected through purposive sampling from a population of 725 hotel guests. Data were collected using a questionnaire instrument and analyzed through instrument testing, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis.*

The results of the research showed that: (1) facilities had a positive and significant effect on guest satisfaction, meaning that the better the facilities provided, the higher the level of guest satisfaction; (2) service quality also had a positive and significant effect on guest satisfaction, indicating that fast, friendly, and professional service could improve the guest stay experience; and (3) facilities and service quality simultaneously had a significant effect on guest satisfaction at Mathilda Hotel Maumere. These findings emphasized that efforts to improve physical comfort and the quality of service interactions were essential in increasing guest satisfaction and loyalty.

Keywords: *Facilities, Service Quality, Guest Satisfaction, Mathilda Hotel Maumere*



Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Mathilda Maumere. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya persaingan industri perhotelan di Kabupaten Sikka serta temuan awal berupa ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan layanan yang diterima tamu, khususnya terkait keterbatasan fasilitas dan ketidakkonsistenan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 87 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling dari populasi sebanyak 725 tamu hotel. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner dan dianalisis melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang berarti semakin baik fasilitas yang tersedia, maka semakin tinggi tingkat kepuasan tamu; (2) kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional mampu meningkatkan pengalaman menginap; dan (3) fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Mathilda Maumere. Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan kenyamanan fisik dan kualitas interaksi layanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas tamu.

Kata Kunci: *Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Hotel Mathilda Maumere.*

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia salah satunya, pulau yang termasuk di dalamnya adalah pulau Flores khususnya di kabupaten Sikka yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam industri pariwisata. Sektor pariwisata dan budaya di Kabupaten Sikka saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah setempat. Pemerintah setempat ataupun masyarakat seringkali mengadakan event-event yang mampu menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan dalam negeri. Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, industri perhotelan di NTT juga mengalami perkembangan signifikan. Di NTT terdapat beberapa asosiasi kumpulan hotel yang bergabung dalam organisasi resmi seperti perhimpunan hotel dan restoran Indonesia (PHRI) Nusa Tenggara Timur, yang berperan dalam membina dan meningkatkan standar pelayanan serta fasilitas di hotel-hotel yang ada. PHRI NTT secara aktif melakukan pelatihan, seminar, serta program peningkatan kualitas layanan demi mendukung pariwisata yang berkelanjutan di wilayah tersebut (PHRI NTT, 2023).

Pertumbuhan hotel di Nusa Tenggara Timur telah mengalami pertumbuhan hotel yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh peningkatan pariwisata di daerah ini, terutama di destinasi wisata populer seperti Labuan Bajo, Pulau Komodo, dan Pulau Rinca. Pertumbuhan hotel di NTT juga didorong oleh pemerintah daerah yang berupaya meningkatkan infrastruktur pariwisata, seperti bandara, jalan, dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, promosi pariwisata yang efektif juga telah membantu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan untuk mengunjungi daerah Nusa Tenggara Timur.



Perkembangan jumlah hotel di Maumere yang sangat pesat menimbulkan persaingan yang ketat bagi pengusaha perhotelan. Berdasarkan data dinas Pariwisata Kabupaten Sikka (2023), terdapat sekitar 42 hotel dan penginapan yang tersebar di berbagai wilayah strategis. Oleh karena itu, manajemen hotel dituntut untuk lebih giat dan kreatif dalam meningkatkan kualitas hotel seperti fasilitas dan kualitas pelayanan sehingga mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mampu menarik minat calon pelanggan baru. Saat ini fungsi hotel di kota Maumere bukan saja sebagai tempat untuk menginap, tetapi juga merupakan tempat di selenggarakan berbagai pertemuan penting, seminar maupun, kegiatan lainnya.

Namun, dalam praktiknya, terdapat kesenjangan antara harapan tamu dengan kenyataan yang diterima. Kesenjangan teoritik menunjukkan bahwa secara konsep, fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik seharusnya dapat meningkatkan kepuasan tamu. Namun, beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa meskipun fasilitas sudah memadai, kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dapat menurunkan tingkat kepuasan tamu. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Santoso (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Jika salah satu dari dimensi ini tidak terpenuhi dengan baik, maka kepuasan tamu dapat berkurang. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2020), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh ekspektasi dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima, dimana ketidaksesuaian antara keduanya dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Fasilitas merupakan faktor penting dalam industri perhotelan yang berkontribusi terhadap pengalaman selama menginap. Menurut Kotler dan Keller (2020), fasilitas hotel adalah segala bentuk sarana dan prasarana yang ditawarkan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi tamu. “fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan tamu serta mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali menginap di hotel yang sama (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2023). Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen. Fasilitas hotel juga memegang peran penting dalam mempengaruhi kepuasan tamu. Fasilitas yang lengkap dan modern seperti kolam renang, pusat kebugaran, restoran, area parkir luas, serta akses internet cepat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dalam memilih tempat menginap.

Hubungan fasilitas dalam menentukan tingkat kepuasan tamu disebabkan karena fasilitas merupakan salah satu aspek yang langsung dirasakan dan digunakan oleh tamu selama masa tinggal atau interaksinya dengan penyedia jasa. Ketika fasilitas yang disediakan lengkap, bersih, terawat, dan sesuai dengan kebutuhan tamu, maka tamu akan merasa nyaman dan puas. Namun dalam praktiknya terdapat kesenjangan bahwa cafe di hotel Mathilda Maumere telah ditutup sehingga para tamu harus membeli makanan dari luar. Selain itu, di hotel tersebut tidak memiliki area kolam renang dan fasilitas olahraga, sehingga tamu merasa tidak puas dengan keterbatasan fasilitas yang tersedia.

Selain fasilitas, ada faktor lain untuk memuaskan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas pelayanan adalah totalitas dari karakteristik suatu produk



atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang tersurat maupun tersirat.

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Menurut Hal yang mempengaruhi keberhasilan bisnis hotel adalah bagaimana hotel mempertahankan pelanggan. Sehingga faktor utama yang mendorong pertumbuhan dan kemajuan usaha adalah pelayanan yang baik dan memuaskan.

Kualitas pelayanan mengacu pada persepsi pelanggan terhadap bagaimana suatu bisnis memenuhi harapan mereka. ini bukan tentang produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga tentang keseluruhan pengalaman pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi, loyalitas yang kuat, dan pada akhirnya mengalami keberhasilan bisnis.

Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan kerugian yang finansial dan reputasi yang buruk bagi bisnis. Sehingga, Tujuan utama dalam kepuasan yaitu harapan pelanggan yang di inginkan dalam kinerja atau hasil yang berkualitas. Jika proses penyediaan layanan sesuai dengan perasaan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat tercapai. Sehingga konsumen bisa mengambil keputusan untuk terus menggunakan jasa tersebut. Dikarenakan pada saat ini konsumen sangat mempertimbangkan banyak hal, seperti fasilitas dan pelayanan hotel yang ada. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dan jasa tersebut dapat memberikan kepuasan sesuai harapan mereka.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membuktikan adanya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai hotel di Indonesia. Namun, hasilnya tidak selalu seragam, di mana beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan, sedangkan sebagian lainnya menemukan hasil yang tidak signifikan pada variabel tertentu, sebagai berikut

Tabel 1.1 Ringkasan *Research Gap*

No.	Peneliti	Hasil Penelitian	Judul
1	Malinta, dkk (2024)	Tidak berpengaruh signifikan	Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu
	Lumenpow, dkk (2024)	Berpengaruh signifikan	
	Fauzi (2024)	Berpengaruh signifikan	
	Saputra & Yani (2024)	Berpengaruh signifikan	



Lanjutan tabel 1.1

NO.	Peneliti	Hasil Penelitian	Judul
	Hasanah, dkk (2024)	Berpengaruh signifikan	
2	Aini, dkk (2013)	Tidak berpengaruh signifikan	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu
	Majuarsa, dkk (2021)	Berpengaruh signifikan	
	Sinaga, (2020)	Berpengaruh signifikan	
	Putri & Santoso (2023)	Berpengaruh signifikan	
	Nurmin Arianto (2018)	Berpengaruh signifikan	

Sumber: *Research Gap* penelitian terdahulu

Dalam tabel diatas menunjukkan sejumlah penelitian terdahulu yang menyoroti pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan variabel lainnya terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan hasil beragam dan membentuk dasar untuk mengidentifikasi celah penelitian (*research gap*) dalam studi ini.

Hotel Mathilda Maumere yang berdiri sejak tahun 2019 sebagai salah satu akomodasi yang cukup terkenal di Kabupaten Sikka, masih menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi tamu. Berdasarkan pengamatan awal dan ulasan tamu di *Google review*, hotel ini mendapatkan rating rata-rata 3,9 dari skala 5. Beberapa tamu memberikan apresiasi terhadap kebersihan kamar dan kenyamanan lingkungan hotel, namun ada beberapa tamu mengeluh dengan kurangnya fasilitas tambahan seperti area rekreasi dan kecepatan layanan staf dan kebersihan kamar. Ketidaksiuaian antara ekspektasi dan kenyataan ini dapat berdampak pada loyalitas pelanggan dan reputasi hotel di mata wisatawan. Wahyuni (2022) mencatat bahwa pengelolaan kualitas layanan yang buruk dapat mengurangi loyalitas pelanggan meskipun fasilitas yang ditawarkan cukup lengkap. Selain itu, data jumlah pengunjung Hotel Mathilda Maumere dalam 1 tahu terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Data Pengunjung Hotel Mathilda Maumere tahun 2024

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	39
Februari	39



Maret	46
April	47
Mei	39
Juni	71
Juli	70
Agustus	69
September	75
Oktober	79
November	65
Desember	86
Jumlah	725

Sumber : *Hotel Mathilda Maumere 2025*

Peningkatan jumlah pengunjung ini mencerminkan popularitas hotel tersebut, namun juga menunjukkan tantangan dalam memenuhi harapan tamu, terutama terkait dengan fasilitas yang disediakan dan kualitas pelayanan yang diberikan. Walaupun hotel ini telah menyediakan fasilitas yang cukup memadai, ulasan dari pengunjung yang ditemukan di platform seperti *Google Review* mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang tidak konsisten dapat memengaruhi tingkat kepuasan tamu.

Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, penting bagi hotel untuk mengevaluasi apakah fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan ekspektasi tamu, serta bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang berguna bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan untuk mendukung kepuasan tamu secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian ini untuk memberikan gambaran nyata dan analisis mendalam terhadap pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan tamu, sekaligus menjadi dasar perbaikan strategis bagi pihak hotel.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu merupakan aspek krusial dalam industri jasa, terutama pada sektor perhotelan, karena menentukan keberhasilan pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono (2008:24), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai respons evaluatif terhadap ketidaksesuaian



antara harapan awal dan kenyataan pelayanan yang diterima setelah dikonsumsi. Dalam konteks perhotelan, tamu merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melampaui ekspektasi mereka.

Indikator Kepuasan Tamu

Indikator kepuasan tamu merupakan alat ukur untuk menilai tingkat kepuasan berdasarkan aspek-aspek spesifik dari pelayanan yang diterima. Hidayat (2018) menyatakan bahwa beberapa indikator utama kepuasan tamu hotel antara lain:

1. Kesesuaian antara ekspektasi awal dan kenyataan pelayanan
2. Kualitas interaksi antara staf hotel dan tamu
3. Kenyamanan dan kelengkapan fasilitas fisik
4. Kemudahan proses administrasi seperti *check-in* dan *check-out*
5. Tingkat keamanan dan kebersihan lingkungan hotel
6. Keinginan untuk kembali atau merekomendasikan hotel kepada orang lain

Fasilitas Hotel

Fasilitas merupakan faktor penting dalam industri perhotelan yang berkontribusi terhadap pengalaman tamu selama menginap. Menurut Kotler dan Keller (2020), "fasilitas hotel adalah segala bentuk sarana dan prasarana yang ditawarkan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi tamu." Fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan tamu serta mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali menginap di hotel yang sama (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2023).

Indikator Fasilitas

Untuk mengukur kualitas fasilitas yang disediakan oleh hotel, diperlukan indikator yang bersifat lebih spesifik dan terukur. Beberapa indikator fasilitas hotel yang umum digunakan, mengacu pada pendapat Tjiptono (2014) dan Lovelock & Wirtz (2016), antara lain:

1. Ketersediaan dan Kelengkapan Fasilitas Kamar.
Indikator ini mencakup apakah kamar telah dilengkapi dengan tempat tidur yang nyaman, AC, televisi, meja kerja, Wi-Fi, dan perlengkapan mandi yang memadai.
2. Kondisi dan Fungsi Fasilitas
Fasilitas berada dalam kondisi baik dan berfungsi optimal. Tamu tidak akan merasa nyaman jika fasilitas seperti shower atau AC rusak saat digunakan.
3. Kebersihan Fasilitas
Termasuk kebersihan kamar, kamar mandi, area umum seperti lobby dan restoran, serta perlengkapan lainnya. Kebersihan yang terjaga menjadi cermin kualitas manajemen hotel.



4 Tata Letak dan Desain Ruangan

Penataan interior yang ergonomis, estetis, serta alur sirkulasi yang mudah dipahami oleh tamu menjadi indikator kenyamanan dan efisiensi.

5 Ketersediaan Fasilitas Umum dan Tambahan

Meliputi kolam renang, gym, restoran, tempat ibadah, ruang rapat, hingga area bermain anak. Ketersediaan ini meningkatkan pengalaman tamu dan menambah nilai layanan hotel.

6 Keamanan dan Privasi Tamu

Diukur dari keberadaan alat dan sistem keamanan seperti CCTV, petugas keamanan, akses kamar pribadi, serta kenyamanan tamu dari gangguan pihak luar.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek terpenting dalam industri jasa, termasuk perhotelan. Menurut *Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988)*, kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap perbedaan antara harapan mereka dan persepsi mereka atas kinerja layanan yang diberikan. Jika kinerja layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dianggap baik. Sebaliknya, jika layanan tidak memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan akan dipandang buruk. Dalam konteks hotel, kualitas pelayanan merujuk pada kemampuan hotel dalam memberikan pengalaman yang memadai atau lebih dari yang diharapkan oleh tamu

Indikator Kualitas Pelayanan

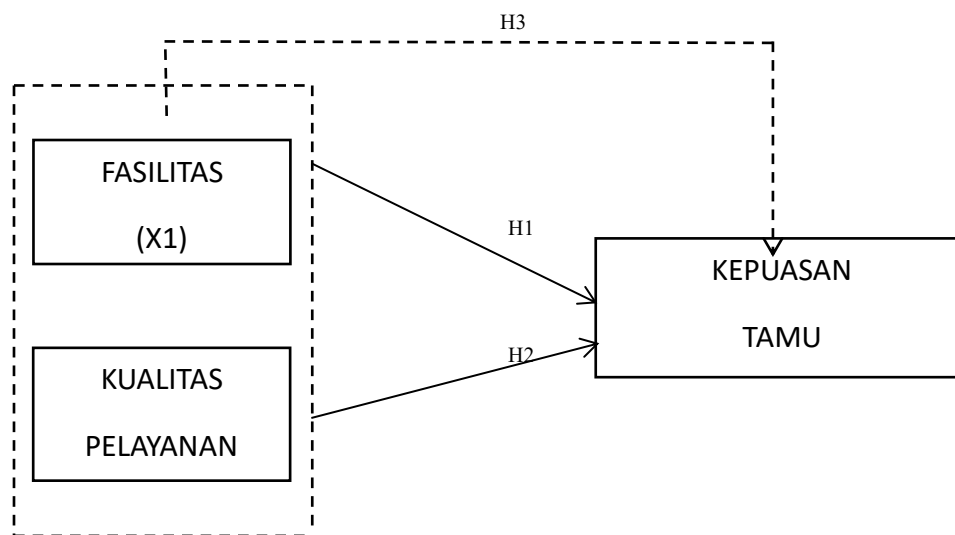
Menurut *Parasuraman et al. (1988)* mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima Indikator dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. (Steven Darwin, et, al., 2014)

1. *Reliability*. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang agent asuransi mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan cepat.
2. *Responsiveness*. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah asuransi, bisa dilihat dari kemampuan agent asuransi



- yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.
3. *Assurance*. Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter. Oleh karena itu dalam sebuah jasa asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan keamanan dan kemudahan di dalam mengikuti program asuransi.
 4. *Emphaty*. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para agent harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.
- Tangible*. Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan agent.

2.1. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan :

X1 Fasilitas



X2	Kualitas Pelayanan
Y	Kepuasan Tamu
————→	Pengaruh Parsial
-----→	Pengaruh Simultan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara statistik. Jenis penelitian asosiatif dalam konteks ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Melalui rancangan ini, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan informasi empiris yang valid mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Dengan begitu, manajemen hotel dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Mathilda. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 725 pengunjung pada Hotel Mathilda.

Sampel

Sugiyono, (2012) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh poulasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah Non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2018:136) Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik purposive sampling menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Purposive sampling merupakan penentuan responden dari populasi berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

1. Tamu yang sedang menginap di Hotel Mathilda
2. Tamu yang berusia minimal 18 tahun



3. Tamu yang bersedia mengisi kuesioner secara sukarela

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin. Untuk menentukan dan mengetahui berapa banyak jumlah sampel yang diambil, penelitian menggunakan rumus Slovin (Sugiyono 2019:137) untuk mencari dan menentukan jumlah sampel.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{725}{1+725(0,1)^2} = 87$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi penelitian

e : Sampling eror (tingkat kesalahan sampel) yaitu 10% atau 0,1.

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan jumlah sampel sebesar 87 responden.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya, baik dengan statistik deskriptif maupun statistik inferensial, selanjutnya hasil penelitian ini akan dikaitkan dengan teori-teori yang menjadi landasan maupun hasil penelitian terdahulu maka diuraikan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut :

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan tamu

Menurut Kotler dan Keller (2020), "fasilitas hotel adalah segala bentuk sarana dan prasarana yang ditawarkan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi tamu." Fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan tamu serta mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali menginap di hotel yang sama (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator ketersediaan fasilitas umum dan tambahan dengan item pertanyaan semua fasilitas tambahan pada hotel Mathilda berfungsi dengan baik dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 77,24. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tamu menilai fasilitas tambahan yang tersedia seperti wifi, area parkir, ruang tunggu, atau fasilitas pendukung lainnya dapat digunakan dengan baik dan mendukung kenyamanan mereka selama menginap. Berdasarkan karakteristik responden yang ditemukan bahwa mayoritas yang banyak menginap di hotel Mathilda adalah karyawan swasta. Dikarenakan karyawan swasta umumnya memiliki mobilitas tinggi, baik untuk keperluan pekerjaan, perjalanan dinas maupun mengikuti kegiatan meeting, pelatihan, atau proyek kerja. Mereka cenderung memilih hotel yang menyediakan proses pelayanan yang cepat dan efisien, fasilitas pendukung produktifitas, seperti wifi yang stabil dan ruang publik yang nyaman. Hotel Mathilda memiliki fasilitas yang mendukung kebutuhan tersebut, sehingga menjadi pilihan bagi karyawan swasta yang mengutamakan efektivitas waktu



selama menginap. Di lihat dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin ditemukan bahwa kebanyakan tamu berjenis kelamin laki-laki yang lebih dominan melakukan reservasi pada hotel tersebut. Dikarenakan ketersediaan fasilitas yang praktis dan langsung digunakan. Kecepatan pelayanan dari staf hotel, tersediannya akses parkir atau area area keluar masuk kendaraan. Hal ini sesuai dengan perilaku umum pelanggan laki-laki yang menilai layanan berdasarkan fungsi dan efektivitas.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dengan nilai signifikan sebesar 0,061. Nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha yang digunakan 5% (0,05), $t_{hitung} < t_{tabel}$ $1,900 < 1,98$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_o), bahwa secara parsial variabel fasilitas (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan tamu (Y).

Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y) Mathilda. Pada hotel kategori non-bintang, kualitas interaksi langsung antara karyawan dengan tamu menjadi faktor utama yang menentukan pengalaman menginap. Berdasarkan teori *Service Quality* (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988), kepuasan tamu sangat dipengaruhi oleh dimensi pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pada hotel non-bintang, keterbatasan fasilitas membuat tamu lebih menitikberatkan penilaian pada keramahan, ketepatan, kecepatan, dan sikap profesional staf hotel. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka kepuasan tamu akan meningkat meskipun tanpa dukungan fasilitas mewah. Dengan demikian, kualitas pelayanan berperan signifikan sebagai pembentuk kepuasan utama di hotel non-bintang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarifa Aini *et al.* (2013); Saputra (2020); Arianto (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan tamu.

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Menurut Kotler (dalam Sumarni & Nugroho, 2014), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Haidir (2006:8) juga menegaskan bahwa dalam industri yang berorientasi pada pasar, kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan utama dalam setiap strategi pemasaran.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kesesuaian antara ekspektasi awal dan kenyataan pelanggan, dengan item pernyataan mengenai kesesuaian layanan yang diterima dengan harapan awal memperoleh nilai persepsi sebesar 85,06 yang termasuk dalam kategori baik. Nilai ini merupakan skor tertinggi di antara indikator-indikator lain dalam variabel kepuasan tamu. Dimana tamu merasa pengalaman menginap yang diterima sesuai bahkan mendekati harapan mereka ketika memilih hotel. Berdasarkan karakteristik responden yang ditemukan bahwa mayoritas yang banyak menginap di hotel Mathilda adalah karyawan swasta dan tamu berjenis kelamin laki-laki. Temuan ini menggambarkan bahwa tamu hotel lebih banyak berasal dari individu yang menginap karena kebutuhan pekerjaan, bukan sekedar liburan. Karakteristik ini sangat berpengaruh terhadap bagaimana mereka menilai kepuasan pelayanan hotel. Mereka memiliki pola kebutuhan yang spesifik seperti pelayanan harus cepat dan tidak bertele-tele, fasilitas yang berfungsi dengan baik dan lingkungan yang mendukung produktivitas. Sehingga dalam konteks kepuasan tamu para tamu merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan dari pelayanan hotel tersebut.

Hasil uji statistik berdasarkan perhitungan Anova menunjukkan Nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 5% atau 0,05 $F_{hitung} > F_{tabel}$, $12,096 > 3,11$, maka H_0 ditolak, Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kedua variabel bebas yaitu variabel fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y).

Secara simultan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y) pada hotel non-bintang karena kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman menginap yang dirasakan tamu. Menurut teori *Customer Satisfaction* (Kotler & Keller, 2016), kepuasan tercipta apabila kinerja yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pada hotel non-bintang, meskipun fasilitas yang tersedia relatif sederhana, keberadaan fasilitas dasar yang memadai (seperti kebersihan kamar, kenyamanan tempat tidur, dan ketersediaan air) tetap menjadi prasyarat penting. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif dapat meningkatkan persepsi positif tamu, bahkan mampu menutupi keterbatasan fasilitas yang ada. Kombinasi antara fasilitas yang layak dan pelayanan yang baik inilah yang secara simultan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan tamu pada hotel non-bintang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasanah *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasanah *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa : nilai persepsi responden untuk variabel fasilitas (X_1) adalah 66,85. Berdasarkan persentase pencapaian skor maksimum dapat disimpulkan bahwa variabel ini termasuk dalam kategori **“Cukup Baik”**. Nilai persepsi responden untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah 75,62. Berdasarkan persentase pencapaian skor maksimum dapat disimpulkan bahwa variabel ini termasuk dalam kategori **“Baik”**. Nilai persepsi responden untuk variabel kepuasan tamu (Y) adalah 75,10. Berdasarkan persentase pencapaian skor maksimum dapat disimpulkan bahwa variabel ini termasuk dalam kategori **“Baik”**.
2. Hasil statistik uji t menunjukkan bahwa secara sendiri-sendiri (prasional):
 1. Variabel Fasilitas (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini berarti bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan hotel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan tamu.
 2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, ramah, dan profesional mampu meningkatkan kepuasan tamu selama menginap.
 3. Hasil statistik uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara kualitas fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel.
4. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa :
 - a. Koefisien regresi variabel fasilitas dan kualitas pelayanan bernilai positif, yang berarti peningkatan pada kedua variabel tersebut akan diikuti dengan peningkatan kepuasan tamu.
 - b. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan sama-sama memberikan kontribusi dalam menjelaskan perubahan tingkat kepuasan tamu.
5. Hasil analisis determinasi menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa besarnya kontribusi variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada hotel Mathilda Maumere adalah 22,4% sedangkan 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.



Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Erwin, Y., Rangga, Y. D. P., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh Harapan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Wair Pu'an Maumere di Desa Lepo Lima. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 2(3), 142-154.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition* (3rd ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Hasanah, U., Elmas, M. S. H., & Hermawan, D. J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Tampiarito Kota Probolinggo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(3).
- Hidayat, A. A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Aplikasi dalam Pelayanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen (Edisi Revisi). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta. *Konsumen. Jurnal Inovasi Manajemen*, 7(1), 34-44
- Janie DNA. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang (ID): Semarang University Press
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.



- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laba, Y., Kurniawan, A. P., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Agen BRILink Gratia di Kecamatan Nita Kabupaten Sikka. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 2(2), 54-65.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Nawawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- 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.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Pratama, A., & Nugroho, B. (2024). Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*
- Pratama, Y., & Nugroho, A. (2024). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 67- 75.
- Putri, C., & Santoso, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan di Patria Plaza Hotel Blitar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2).
- Putri, D. M., & Santoso, B. (2023). Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen Hotel Bintang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 120- 130.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2012). *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: Empirical evidence from telecom sector of Pakistan*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 34–43.
- Saputra, K. W. A., & Yani, N. W. M. S. A. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan



- terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Puri Saron Seminyak. *Jurnal Pariwisata*, 5(1).
- Saputra, R., & Yani, T. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Tamu. *Jurnal Riset Perhotelan*, 11(2), 90-102.
- Sari, A., & Rachman, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sahid Batam Center. *Jurnal Scientia*, 3(4).
- Sedo, P. C. T., Rengga, A., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Dealer Daihatsu Maumere. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 2(3), 45-58.
- Sinaga, F. (2020). Analisis Faktor Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 78-85.
- Sinaga, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 3(2).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan ke-28)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. ANDI Offset.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality and Satisfaction: The Customer Experience in Hospitality Industry*. Yogyakarta: Andi Publisher UG Journal, 14(7).
- Wahyuni, I. (2022). *Strategi Pemasaran Perhotelan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, H. (2023).



Efisiensi Layanan Hotel dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas

Wijaya, R. (2023). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan pada Hotel X Bandung

Yulianto, S., & Harahap, R. (2021). Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas di Industri Perhotelan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 89-97.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.