

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL MERCURE BALI LEGIAN

I Putu Gede Greza Dewangga<sup>1\*</sup>, Sulistyoadi Joko Saharjo<sup>2</sup>, Putu Guntur Pramana Putra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Triatma Mulya

E-mail: <sup>1</sup>grezadewangga19@gmail.com, <sup>2</sup>sulistyo.adi@triatmamulya.ac.id,

<sup>3</sup>pramana.putra@triatmamulya.ac.id

### **Abstract**

*With the existence of competition between hotels, management must be able to compete to provide satisfaction for guests to come to stay at the hotel they manage. One of the factors that influence guest satisfaction is the quality of service and facilities. This study aims to analyze the influence of service quality and facilities partially and simultaneously and to determine the influence of service quality and facilities on guest satisfaction at the Mercure Bali Legian Hotel. The sample collection method used was purposive sampling. The population in this study were guests staying at the Mercure Bali Legian Hotel, while the sample used in this study was 70 respondents. Data collection techniques by means of observation, distribution of questionnaires and documentation, and data analysis techniques using multiple linear regression. The results of this study show that partially service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction at the Mercure Bali Legian Hotel. Partially, facilities have a positive and significant effect on guest satisfaction at the Mercure Bali Legian Hotel. Simultaneously the quality of services and facilities has a positive and significant effect on guest satisfaction at the Mercure Bali Legian Hotel. The influence of service quality and facilities on guest satisfaction at the Mercure Bali Legian Hotel is 34.6%, while the remaining 65.4% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *service quality, facilities, guest satisfaction*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia. Pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan yang menyangkut aspek sosial, budaya, ekonomi dan politik. Pariwisata terus berkembang selaras dengan perkembangan industrialisasi dan perubahan gaya hidup diantaranya berwisata yang merupakan salah satu kebutuhan manusia saat ini. Salah satu komponen pariwisata yang memiliki peranan besar di Indonesia adalah usaha industri perhotelan. Industri perhotelan merupakan suatu bidang jasa yang menggabungkan produk serta layanan, disamping itu juga pembuatan dan pembangunan hotel di desain senyaman mungkin untuk tamu, mulai dari bangunan hotel yang dibuat moderen, elegan, serta juga dipadukan dengan interior dan eksterior yang menarik baik itu di *room, restaurant, lounge, bar, meeting room* dan fasilitas lainnya yang pasti sangat membuat nyaman untuk para tamu yang berkunjung dan menginap. Kemudian suasana yang sangat beda diciptakan ketika menginap disebuah hotel yang mana para karyawannya selalu menyapa, senyum, sopan dan santun dalam melayani serta fasilitas hotelnya yang bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh para tamu ketika menginap di hotel.

Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia, memiliki keindahan alam serta keunikan budaya yang membedakannya dengan daerah lain, inilah yang menyebabkan Bali banyak dinikmati dan di kunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan domestik, maupun wisatawan mancanegara. Salah satu Kabupaten di Bali yang padat akan pariwisatanya adalah Kabupaten Badung. Kabupaten Badung memiliki banyak

akomodasi hotel untuk para wisatawan menginap, salah satu Hotel yang terdapat di Kabupaten Badung yaitu Hotel Mercure Bali Legian. Terletak di daerah Legian, membuat Hotel Mercure Bali Legian mendapat keuntungan tersendiri yaitu berada di lokasi yang cukup strategis, dimana dekat dengan tempat wisata pantai dan terdapat banyak *restaurant/cafe*, serta tidak jauh menuju pusat kota.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada *talent & culture* pihak Hotel Mercure Bali Legian, maka dapat disajikan tingkat kunjungan tamu yang datang ke hotel pada tahun 2018 – 2022. Hal ini dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1.  
Tingkat Kunjungan Tamu Hotel Mercure Bali Legian Periode Tahun 2018 - 2022

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Tamu
1	2018	95.622
2	2019	91.633
3	2020	18.150
4	2021	9.159
5	2022	58.150
Rata – Rata		54.542

Sumber: Hotel Mercure Bali Legian (2023).

Berdasarkan data yang dimuat dalam Tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan tamu menginap di Hotel Mercure Bali Legian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan. Namun yang paling parah terjadi penurunan pada tahun 2019 sampai 2021 yang dimana terdampak karena faktor pandemi Covid-19 yang berkepanjangan. Dengan penurunan jumlah tamu ini membuat pihak hotel melakukan banyak cara dengan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimiliki. Pada tahun 2022 menjadi kembalinya dampak positif kunjungan tamu yang meningkat pesat sebesar 58.150 orang. Maka berdasarkan data dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata keseluruhan tamu menginap ke Hotel Mercure Bali Legian sebesar 54.542.

Dengan terus bertambahnya tingkat kunjungan tamu Hotel Mercure Bali Legian menyebabkan persaingan yang ketat bagi setiap akomodasi hotel untuk dapat menarik tamu, sehingga dalam hal ini pihak hotel akan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik. Selain kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga merupakan salah satu tolak ukur dalam kepuasan bagi tamu. Secara kasat mata fasilitas yang disediakan masing-masih hotel hampir sama, seperti spa, pusat kebugaran, koneksi internet, kolam berenang, ruang rapat, dan lain-lain. Hal yang membedakan antara hotel satu dengan hotel satunya yaitu dari kualitas pelayanan dan fasilitasnya.

Menurut Aria dan Atik (2018) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Disamping pelayanan yang berkualitas, sebuah fasilitas juga sangat berperan dalam menjaring pelanggan, yang dimana fasilitas merupakan sarana yang tujuannya mempermudah pelanggan dalam melakukan aktivitasnya. Dengan pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan membuat hubungan antara pelanggan dengan penyedia jasa akan memberikan efek jangka panjang dalam hubungan bisnisnya serta memberikan citra yang baik untuk hotel. Timbulnya rasa puas pada

pelanggan bisa memberikan berupa manfaat seperti, terdapat pengaruh antara perusahaan bersama pelanggan, yaitu dapat menimbulkan hubungan yang lebih harmonis, serta juga dapat memberikan suatu hal dasar yang bagus untuk pembelian selanjutnya kemudian akan timbulnya rasa loyalitas pelanggan Efnita (2017). Berdasarkan hasil observasi secara langsung yang dilakukan penulis selama melakukan *on the job training* yang terdapat permasalahan yang terjadi di Hotel Mercure Bali Legian terkait dengan kualitas pelayanan yaitu adanya keluhan dari tamu hotel yang merasa kecewa seperti halnya pelayanan yang diberikan oleh *department housekeeping* dalam membersihkan kamar, kemudian permasalahan lainnya seperti terdapat kerusakan pada fasilitas kamar seperti toilet bowl, wastafel, *air conditioner* (AC), serta shower. Tujuan penelitian ini untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah model sebagai gambaran kondisi pelanggan dalam hal pembentukan harapan akan pelayanan melalui pengalaman mereka di masa lalu. Selanjutnya, menurut Tjiptono (dalam Maramis dkk, 2018) kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkat keunggulan dan pengendaliannya sesuai dengan yang diharapkan demi memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan uraian pengertian kualitas pelayanan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dimana pelanggan yang membandingkan jasa yang diterimanya dari penyedia jasa dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan tersebut. Tujuan Kualitas Pelayanan adalah menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan., menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen, menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen, menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya. Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2014) mengenai kualitas pelayanan ada 5 indikator diantaranya: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

### **Fasilitas**

Menurut Gunartik & Nainggolan (2019) fasilitas ialah seluruh suatu sarana pendukung yang dapat memberikan dukungan terhadap kenyamanan karyawan, pelanggan, pasien dan pelajar untuk meningkatkan rasa kepuasan hati ataupun kinerja dari perusahaan. Sebuah sarana penunjang yang meliputi semua jenis barang, jenis perlengkapan, kemudian peralatan yang mempunyai fungsi penting untuk perlengkapan bekerja. Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas merupakan sesuatu benda yang dapat membantu pelanggan, pegawai kerja menjadi lebih mudah dalam mengerjakan aktivitasnya, serta fasilitas berperan dalam menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, jika fasilitas kita baik maka pelayanan yang kita berikan dapat terlaksana dengan baik juga kemudian menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Faktor-Faktor dalam mempengaruhi fasilitas menurut Tjiptono (2019) sifat dan maksud organisasi, ketersediaan sebuah tanah, fleksibilitas dalam mendesain, faktor estetis, suatu fasilitas jasa yang tertata baik dan rapi, tentunya akan menarik perhatian para pelanggan, masyarakat dan lingkungan sekitar, dan biaya konstruksi dan operasional. Indikator Fasilitas Menurut Tjiptono (2019) ada 6 indikator - indikator dalam menentukan

fasilitas sebagai berikut: pertimbangan atau perencanaan parsial, perancang ruang, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya, warna, dan sarana pendukung.

### Kepuasan Tamu

Menurut Solomon (dalam Kaheriyah, 2022) kepuasan tamu adalah sebuah perasaan secara keseluruhan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk ataupun jasa yang telah dibeli oleh konsumen tersebut. Menurut Kotler & Keller (2013) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Berdasarkan ungkapan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan tamu merupakan penilaian secara emosional oleh konsumen terhadap produk atau jasa yang sudah dibeli dimana produk dan jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan tamu. Menurut

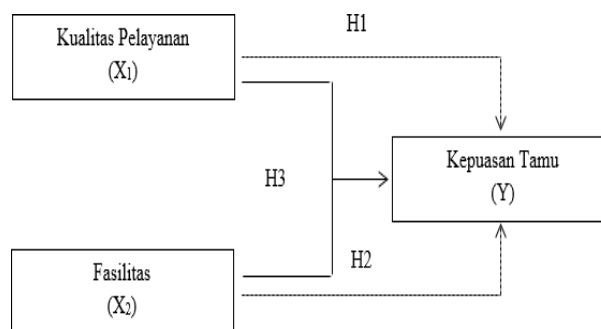
Menurut Apriasty & Simbolon (2022), dalam menentukan tingkat kepuasan tamu terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: Kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, harga dan fasilitas. Indikator Kepuasan Tamu Terdapat 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Indrasari (2019) meliputi:

1. Kesesuaian pelayanan dengan apa yang diharapkan pelanggan adalah kinerja hotel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut.
2. Kepuasan terhadap pelayanan adalah kesesuaian antara pelayanan yang diberikan oleh suatu penyedia jasa dengan apa yang dijanjikan sehingga menjadikan tamu datang kembali lagi.
3. Kesesuaian manfaat dan biaya merupakan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk memiliki produk tersebut.
4. Pengalaman pelanggan selama menginap merupakan pengalaman yang didapat oleh pelanggan hotel sehingga mendapatkan hal yang baru ketika meninggalkan hotel, misalnya seperti desain dan furnitur kamar yang mampu memberikan inspirasi serta fasilitas lengkap maupun program hiburan menarik yang ditawarkan hotel.

### Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Berikut kerangka konseptual yang penulis gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari Gambar 1 yaitu:

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Sumber: Hasil Analisis (2023)

Hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya

masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian

H<sub>2</sub> : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Hotel Mercure Bali Legian yang merupakan salah satu *city hotel* dengan klasifikasi hotel bintang empat beralamat di Jalan Legian No.328, Legian Kelod, Kuta-Bali / Jl. Sriwijaya No. 1, Legian Kelod, Kuta-Bali. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Januari hingga Juni 2023. Menurut Arikunto (2019), instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan mudah seperti kuesioner (daftar pertanyaan), *observasi* (alat tulis) dan dokumentasi *handpone* untuk mengambil gambar. Adapun *instrument* yang bersifat ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, kuesioner dan dokumentasi. Selain itu penelitian ini juga menggunakan *instrument* pendukung seperti buku, pulpen dan *handphone*.

Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian dengan jumlah responden sebesar 70 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus Hair ini digunakan karena jumlah populasi belum diketahui pasti dan menyarankan jumlah sampel minimum 5 - 10 dikali indikator variabel. Jumlah indikator sebanyak 14 buah dikali 5 ( $14 \times 5 = 70$ ). Jadi, berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Hair diatas, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 70 orang yang merupakan konsumen atau tamu Hotel Mercure Bali Legian. Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, dan Analisis Regresi Linier Berganda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian sebanyak 70 responden. Pada periode penelitian yang penulis lakukan ini kepada tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian didominasi oleh laki-laki dengan presentasi sebesar 52,9%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki presentasi sebesar 47,1%. Responden dengan rentang usia 21 – 30 tahun lebih mendominasi sebagai tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian. Pada periode melakukan penelitian didominasi oleh tamu yang berasal dari Indonesia dibandingkan dengan negara lain, hal ini dibuktikan dengan jumlah presentase responden sebesar 71%. Responden dengan lama menginap kurang dari 1 minggu lebih mendominasi. Tamu yang berasal dari Indonesia lebih mendominasi dengan persentase sebesar 62,9%.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan yang terdiri dari 5 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), 5 butir pernyataan untuk variabel Fasilitas (X<sub>2</sub>) dan 4 butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Tamu (Y). Dari hasil perhitungan seluruh variabel mempunyai nilai *Pearson Correlation* > 0,3 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak dipergunakan dalam pengolahan data penelitian.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,812 untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), untuk nilai *Cronbach Alpha* variabel Fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,817 sedangkan untuk variabel Kepuasan Tamu ( $Y$ ) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,819. Dari semua hasil uji variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai koefisien alpha > 0,6 maka disimpulkan bahwa secara menyeluruh data yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal. Analisis selanjutnya dilanjutkan ke dalam uji asumsi klasik, berdasarkan data uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Hasil data menunjukkan bahwa hasil uji sesuai dengan standar yang ditetapkan menurut Ghozali (2016), maka analisis data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisis, dapat dijelaskan pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2 Coefficients<sup>a</sup>

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.444	1.656		4.495	.000
	Kualitas Pelayanan	.203	.092	.275	2.207	.031
	Fasilitas	.255	.084	.379	3.044	.003

Sumber: Hasil Analisis (2023)

Berdasarkan Tabel 2 diatas maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = 7,444 + 0,203 X_1 + 0,255 X_2 + e$$

Hal ini memiliki arti bahwa:

1. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Tamu ( $Y$ ) sebesar 7.444 satuan.
2. Jika nilai  $b_1$  yang merupakan koefisien korelasi dari Kualitas Pelayanan sebesar 0.203 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen Kepuasan Tamu mempunyai arti bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Tamu juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.203 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
3. Jika nilai  $b_2$  yang merupakan koefisien korelasi dari Fasilitas sebesar 0.255 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen Kepuasan Tamu mempunyai arti bahwa jika variabel Fasilitas bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Tamu akan mengalami kenaikan sebesar 0.255 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

#### **A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Mercure Bali Legian**

Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Hotel Mercure Bali Legian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $t$  hitung variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 2,207 dan nilai  $t$  tabel yang didapatkan melalui perhitungan *one-tailed* sebesar 1,668 ( $t$  tabel =  $(\alpha; n-k-1) = (0,05; 70-2-1) = (0,05; 67) = 1,668$ ). Angka tersebut menunjukkan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,207 > 1,668$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,031 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian.

#### **B. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Mercure Bali Legian**

Pengaruh Fasilitas ( $X_2$ ) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Hotel Mercure Bali Legian terhitung variabel Fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 3,044 dan nilai  $t$  tabel yang didapatkan melalui perhitungan *one-tailed* sebesar 1,668. Angka tersebut menunjukkan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,044 > 1,668$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian.

#### **C. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Secara Simultan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Mercure Bali Legian**

Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) Secara Bersama – Sama Terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Hotel Mercure Bali Legian. Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar 17,749 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Tamu. Sehingga model ini layak (fit) untuk digunakan dapat diketahui nilai  $F$  tabel sebesar 3,134 ( $df_1 = 2, df_2 = 67$ ) dan  $F$  hitung sebesar 17,749, sehingga dapat dikatakan  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel ( $17,749 > 3,134$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak  $H_3$  diterima. Jadi dapat disimpulkan  $H_3$  yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian.

#### **D. Pengaruh Dominan Variabel Bebas Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Mercure Bali Legian**

Untuk mengetahui lebih jelas besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian dapat di ketahui melalui nilai koefisien determinasi. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan bagaimana pengaruh gabungan variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai  $R$  Square. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) akan dijelaskan pada Tabel 6 berikut:

Tabel 3 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 <sup>a</sup>	.346	.327	2.123

Sumber: Hasil Analisis (2023)

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,346 hal ini artinya 34,6% Kepuasan Tamu (Y) Di Hotel Mercure Bali Legian dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Fasilitas (X<sub>2</sub>), sedangkan sisanya sebesar 65,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan dimiliki Hotel Mercure Bali Legian maka dapat meningkatkan kepuasan tamu.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian. Hal ini berarti semakin baik dan lengkap fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Mercure Bali Legian dapat meningkatkan kepuasan tamu.
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin lengkap fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Mercure Bali Legian dapat meningkatkan kepuasan tamu.
4. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian. Dimana koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *R Square* sebesar 0,346 hal ini artinya 34,6% kepuasan tamu di Hotel Mercure Bali Legian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan fasilitas (X<sub>2</sub>), sedangkan sisanya sebesar 65,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian pada variabel kualitas pelayanan terdapat pernyataan pada indikator kehandalan (*reliability*) yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni sebesar 4,13. Maka dari itu diharapkan pihak manajemen Hotel Mercure Bali Legian memberikan pelatihan terhadap karyawannya yang dimana dalam menangani tamu memberikan pelayanan tepat waktu dan tidak mengurangi kesalahan sekecil apapun agar dapat membuat tamu merasa puas untuk datang kembali.
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian pada variabel fasilitas terdapat pernyataan pada indikator

perlengkapan dan perabotan yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni sebesar 3,99. Maka dari itu hendaknya pihak manajemen Hotel Mercure Bali Legian untuk lebih meningkatkan lagi fasilitas yang dimiliki seperti memperkuat kembali sinyal *wifi* yang dimana menjadi salah satu kebutuhan yang penting harus diberikan agar tamu merasa puas pada saat menginap.

3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada tamu yang menginap di Hotel Mercure Bali Legian pada variabel kepuasan tamu terdapat pernyataan pada indikator kesesuaian manfaat dan biaya memiliki nilai rata-rata terendah yakni sebesar 4,17. Maka dari itu hendaknya pihak manajemen Hotel Mercure Bali Legian untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu dan fasilitas yang lengkap, sehingga tamu akan puas dan harapannya dipeuhi dari hal tersebut tamu akan memberikan *review* yang positif dan akan memberikan keuntungan yang baik kepada Hotel Mercure Bali Legian
4. Penelitian selanjutnya perlu membahas faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu seperti, *brand image*, harga, dan *marketing mix* dengan menggunakan obyek penelitian yang berbeda dan sampel yang lebih luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135-145.
- Aria, M., & Atik, I. L. (2018). Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 1(1), 14-24.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 172-180.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunartik, G., & Nainggolan, N. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam). *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 29-39.
- Hotel Mercure Bali Legian. (2023). *Data Tingkat Kunjungan Tamu Tahun 2018-2022*.
- Kaheriyah, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Excellent Kids Game Muara Teweh. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Manajemen Perusahaan) Dan Bisnis*, 6(1).
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Maramis, F. S., J. L. Sepang, A. S. & Soegoto (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3):1658–67. doi: 10.35794/EMBA.6.3.2018.20411