

## KEPUASAN WISATAWAN DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS DI HOTEL THE SWARGA SUITES BALI

Agus Padya Mahardika Pande<sup>1</sup>, I Made Suwitra Wirya<sup>2</sup>, I Made Gede Darma Susila<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Triatma Mulya  
Jl. Kubu Gn., Dalung, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali 80361  
E-mail: <sup>1</sup>padyamahardikapande@gmail.com, <sup>2</sup>suwitra.wirya@triatmamulya.ac.id,  
<sup>3</sup>darma.susila@triatmamulya.ac.id

### **Abstract**

*The evaluation of Customer Satisfaction serves as a pivotal metric delineating the comprehensive response to product or service attributes. Favorable perceptual responses engender sustained consumer loyalty. This scholarly investigation scrutinizes the multifaceted influence of Quality Of Services and Facilities Towards Customer Satisfaction, elucidating predominant variables and assessing correlational dynamics within the hospitality context. Conducted at The Swarga Suites Bali Berawa, the empirical research employed observational and questionnaire-based methodologies, encompassing 80 respondents from the Canggu hospitality landscape. Utilizing Descriptive Statistical Analysis and Multivariate Linear Regression, the investigation reveals that Quality Of Services and Facilities Towards demonstrate a statistically significant, positively correlated impact on Customer Satisfaction. Notably, the Facilities Towards variable emerges as the predominant determinant of consumer satisfaction. Recommendations for The Swarga Suites Bali Berawa management include: implementing rigorous personnel supervision, strategically enhancing indoor infrastructure, and refining service protocols to optimize guest experiential satisfaction. Keyword: quality of services, facilities towards, customer satisfaction*

<b>Submission:</b> 23 Januari 2025	<b>Diterima:</b> 11 Juni 2025	<b>Dipublikasi:</b> 30 Juni 2025
---------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

### **PENDAHULUAN**

Pulau Bali teridentifikasi sebagai destinasi pariwisata yang sangat menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara. Daya tarik Bali sebagai lokasi perjalanan wisata bersumber dari keunikan serta keanekaragaman tradisi kultural yang inherent. Secara historis, kawasan ini kerap dirujuk sebagai wilayah sakral para dewa. Konsekuensi dari perkembangan sektor pariwisata di Bali menghasilkan pertumbuhan signifikan, khususnya dalam pembangunan ekonomi yang membuka peluang profesional pada ranah perhotelan, kuliner, pemandu wisata, moda transportasi, dan sektor terkait. Industri perhotelan merupakan komponen strategis yang menyediakan pelayanan komprehensif kepada konsumen.

Kehadiran layanan bermutu dari sebuah organisasi akan menghasilkan rasa senang bagi para pelanggan yang berkunjung. Rasa puas konsumen merupakan tanggapan emosional pelanggan terhadap ragam pelayanan yang diterimanya (Firmansyah, 2018). Konsekuensinya, organisasi perlu memperhatikan secara seksama kualitas pelayanan kepada konsumen, sebab kepuasan pelanggan menjadi komponen krusial untuk mempertahankan posisi dalam dinamika persaingan bisnis (Tjiptono & Chandra, 2016). Mengacu pada perspektif Wyckof yang disampaikan Tjiptono, kualitas pelayanan menggambarkan tingkat keunggulan yang diinginkan serta mekanisme pengelolaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Dalam hal ini, terdapat dua komponen utama yang memengaruhi dinamika layanan: layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman et al., 1985).

Berdasarkan pandangan Kotler dan Amstrong (2011), fasilitas berperan signifikan dalam menetapkan kepuasan konsumen. Ketersediaan sarana yang menyeluruh dan sesuai kebutuhan akan menciptakan rasa pemenuhan bagi pengguna jasa, terutama dalam memilih produk layanan tertentu.

Sebagai lembaga yang beroperasi dalam ranah akomodasi, Hotel The Swarga Suites Bali Berawa memiliki tanggung jawab untuk menyediakan kualitas pelayanan optimal bagi para konsumen. Meskipun demikian, terdapat indikasi ketidakpuasan yang dialami oleh sejumlah konsumen terhadap layanan yang dihadirkan oleh hotel tersebut. Beberapa permasalahan yang di hadapi oleh konsumen adalah tamu ingin *late check-out* namun permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh receptionist dan kebersihan kamar yang dinilai kurang bersih masih terdapat sisa makanan dari tamu yang menginap sebelumnya, kemudian staff yang belum komunikatif terhadap tamu dan belum memahami permintaan tamu sehingga mengalami kesulitan dalam bertanya serta beberapa fasilitas seperti gym yang dinilai kecil dan tidak layak untuk digunakan.

### **Kajian Pustaka**

Perhotelan merupakan sebuah ranah usaha jasa yang diselenggarakan secara komersial. Institusi ini menyediakan akomodasi berupa ruang tempat tinggal sementara yang terdiri atas sejumlah kamar yang dapat disewa oleh khalayak untuk periode waktu tertentu, dilengkapi dengan penyediaan hidangan dan minuman bagi para tamu. Dalam lingkup organisasional bisnis, hotel merupakan entitas yang diselenggarakan oleh pemilik, menyediakan jasa akomodasi meliputi hidangan, minuman, dan tempat peristirahatan bagi pelaku perjalanan, dengan penetapan tarif yang berkorelasi langsung terhadap kualitas pelayanan yang disajikan, tanpa konstruksi perjanjian spesifik yang berkaitan dengan respons konsumen pada produk yang diperkenalkan (Krestanto, H. 2019).

Konsumen merujuk pada pelaku yang memanfaatkan produk atau layanan yang tersedia (Fadila & Ridho, 2013). Mereka adalah subjek yang melakukan transaksi pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Konsumen memiliki wewenang penuh dalam menentukan pilihan untuk membeli atau tidak membeli suatu barang atau jasa. Menurut pandangan Kotler dan Keller (2013), kepuasan konsumen merupakan respons emosional yang terbentuk setelah membandingkan performa aktual produk dengan standar harapan yang telah ditetapkan sebelumnya. Konsumen membangun persepsi mereka melalui referensi sejarah, dengan merujuk pada pihak yang telah menyelesaikan transaksi atau menggunakan produk yang diperkenalkan, serta mengevaluasi informasi resmi yang disampaikan oleh usaha jasa tersebut. Apabila organisasi membentuk proyeksi yang melampaui batas rasional, konsumen berpeluang menghadapi ketidakselarasan harapan.

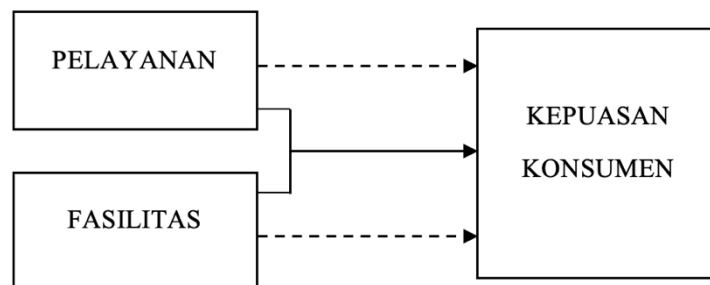
Merujuk pada pandangan Kasmir (2017:47), Kualitas Pelayanan dimaknai sebagai aktivitas atau upaya yang dilakukan oleh individu atau lembaga dengan maksud memberikan rasa puas kepada konsumen maupun staf. Aspek tersebut menjadi titik sentral bagi organisasi, mengingat perannya yang fundamental dalam memengaruhi kepuasan konsumen, yang akan tercapai apabila Kualitas Pelayanan diselenggarakan secara maksimal.

Tjiptono (2014) menegaskan bahwa fasilitas berperan sebagai infrastruktur material yang menjadi kondisi awal sebelum layanan diperkenalkan kepada konsumen. Dalam lingkup usaha jasa, fasilitas memainkan peranan krusial, dengan memperhatikan karakteristik spesifik seperti keadaan, rancangan ruang interior dan eksterior, serta standar higienitas yang memerlukan perhatian mendalam, khususnya elemen-elemen yang berinteraksi langsung dengan pengalaman konsumen. Kotler (2017) melengkapi pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa fasilitas mencakup perangkat fisik yang disediakan penyedia layanan guna mendukung kenyamanan konsumen. Sarana pendukung merupakan perlengkapan yang dihadirkan untuk dimanfaatkan dan dinikmati, yang memiliki orientasi utama pada pemenuhan

kebutuhan serta kenyamanan konsumen melalui penyediaan perangkat fisik yang menunjang pengalaman mereka.

### Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yang diselenggarakan di The Swarga Suites Bali Berawa, tepatnya berlokasi pada Jalan Pemelisan Agung, Banjar Berawa, Desa Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Penelitian menggunakan variabel-variabel yang mencakup kualitas pelayanan ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ), serta kepuasan konsumen ( $X_3$ ). Studi ini melibatkan 80 responden dari konsumen Hotel The Swarga Suites Bali Berawa. Metode pengumpulan informasi mencakup observasi sistematis, survei terstruktur melalui kuesioner, serta dokumentasi komprehensif. Pendekatan analitik meliputi serangkaian prosedur statistik: pengujian validitas instrumen, verifikasi reliabilitas, analisis deskriptif mendalam, evaluasi prasyarat statistik, regresi linier multivariat, serta pengujian hipotesis komparatif (uji t dan uji F). Kerangka konseptual penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

### Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	$X_{1.1}$	0,881	Valid
	$X_{1.2}$	0,808	Valid
	$X_{1.3}$	0,879	Valid
	$X_{1.4}$	0,824	Valid
	$X_{1.5}$	0,901	Valid
	$X_{1.6}$	0,700	Valid
	$X_{1.7}$	0,663	Valid
	$X_{1.8}$	0,824	Valid
Fasilitas ( $X_2$ )	$X_{2.1}$	0,856	Valid
	$X_{2.2}$	0,884	Valid
	$X_{2.3}$	0,883	Valid
	$X_{2.4}$	0,915	Valid
	$X_{2.5}$	0,884	Valid
	$X_{2.6}$	0,905	Valid
	$X_{2.7}$	0,896	Valid
	$X_{2.8}$	0,924	Valid

	X <sub>2,9</sub>	0,874	Valid
	X <sub>2,10</sub>	0,877	Valid
Kepuasan	Y <sub>1</sub>	0,809	Valid
Konsumen	Y <sub>2</sub>	0,808	Valid
(Y)	Y <sub>3</sub>	0,883	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,908	Valid
	Y <sub>5</sub>	0,869	Valid
	Y <sub>6</sub>	0,871	Valid
	Y <sub>7</sub>	0,936	Valid
	Y <sub>8</sub>	0,876	Valid
	Y <sub>9</sub>	0,772	Valid

Hasil analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memperlihatkan korelasi dengan skor agregat yang melampaui batas kritis 0,30. Temuan ini mengindikasikan bahwa masing-masing pernyataan dalam perangkat penelitian memenuhi standar kelayakan dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,925	Reliabel
2	Fasilitas (X <sub>2</sub> )	0,970	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,956	Reliabel

Analisis kehandalan mengungkapkan bahwa seluruh perangkat penelitian menunjukkan koefisien Cronbach's Alpha melebihi ambang batas 0,60. Berdasarkan temuan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi standar keandalan, dan karenanya memenuhi syarat untuk diaplikasikan dalam penelitian

**Tabel 3. Uji Normalitas  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.35830997
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.059
	Negative	-.088
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194 <sup>c</sup>

Analisis sebaran data menunjukkan bahwa nilai probabilitas statistik Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,194, melampaui batas kritis 0,05. Hasil tersebut mengonfirmasi keselarasan distribusi dengan kurva standar, sehingga model statistik memenuhi kriteria normalitas yang dipersyaratkan.

**Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	5.439	1.447		3.759	.000
Kualitas pelayanan	-.093	.050	-.238	-1.882	.064
Fasilitas	.001	.033	.004	.032	.975

a. Dependent Variable: Absolute\_Residual

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa setiap model statistika menampilkan besaran probabilitas melampaui 0,05. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pada model regresi yang ditelaah, tidak teridentifikasi keseragaman varian antarresidu observasi, dengan demikian tidak terdeteksi fenomena heteroskedastisitas.

**Tabel 5. Uji Multikolonieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta	t			
1 (Constant)	.653	2.430		.269	.789		
Kualitas pelayanan	.660	.083	.551	7.938	.000	.764	
Fasilitas	.346	.056	.428	6.158	.000	.764	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil pemeriksaan statistik mengungkapkan bahwa masing-masing variabel bebas memperlihatkan angka toleransi melampaui 0,10, dan perhitungan Variance Inflation Factor (VIF) menandakan bahwa seluruh variabel memiliki nilai di bawah 10. Temuan tersebut menegaskan tidak terdapatnya gejala multikolonieritas dalam model regresi yang dikonstruksikan.

**Tabel 6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.653	2.430		.269	.789
Kualitas pelayanan	.660	.083	.551	7.938	.000
Fasilitas	.346	.056	.428	6.158	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Interpretasi persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 0,653 + 0,660X_1 + 0,346X_2$$

Interpretasi persamaan regresi adalah sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 0,653 menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) tidak mengalami perubahan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mencapai 0,653.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,660 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan mengakibatkan kenaikan Kepuasan Konsumen sebesar 0,660.
3. Koefisien regresi fasilitas (X2) sebesar 0,346 menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada fasilitas akan menyebabkan kenaikan Kepuasan Konsumen sebesar 0,346.

**Tabel 7. Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.653	2.430		.269	.789
Kualitas pelayanan	.660	.083	.551	7.938	.000
Fasilitas	.346	.056	.428	6.158	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Merujuk pada hasil pengujian hipotesis (uji t) dalam tabel yang disajikan, diperoleh temuan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa**

Penelitian mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memperlihatkan korelasi positif yang signifikan dengan kepuasan konsumen. Pembuktian dilakukan melalui analisis statistik, di mana nilai t-hitung (7,938) secara nyata melampaui t-tabel (1,664), dengan tingkat probabilitas 0,000 yang berada di bawah ambang 0,05. Konsekuensi metodologis mengarahkan pada penolakan hipotesis nol (H0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H1). Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya memiliki hasil yang serupa dengan penelitian ini (Healthy dkk, 2023; Hanung dkk, 2023; Arcana dkk, 2023; Jehabu dkk, 2023; Nugraha dkk, 2024). Implikasi praktis menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa.

### **2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa fasilitas memiliki korelasi positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen. Analisis statistik menegaskan hal tersebut, dengan parameter uji t-statistik (6,158) yang melampaui nilai kritis t-tabel (1,664), disertai probabilitas 0,000 yang berada di bawah batas ambang 0,05. Konsekuensi metodologis mengarahkan pada penolakan hipotesis nol dan penerimaan hipotesis alternatif. Kesimpulan penelitian mengindikasikan bahwa variabel fasilitas (X2) memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian sebelumnya memiliki hasil yang serupa dengan penelitian ini (Healthy, 2023; Nugraha, 2024). Implikasi empiris menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa.

**Tabel 8. Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2247.906	2	1123.953	97.134	.000 <sup>b</sup>
	Residual	890.981	77	11.571		
	Total	3138.887	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas pelayanan

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen The Swarga Suites Bali Berawa**

Temuan penelitian mengungkapkan korelasi signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Analisis statistik memperlihatkan nilai F hitung (97,134) yang melampaui F tabel (3,12), dengan signifikansi 0,000 di bawah ambang 0,05. Kesimpulannya, variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh bermakna pada kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa. Hipotesis penelitian terbukti valid, menunjukkan hubungan positif yang substansial antara kedua variabel tersebut. Penelitian sebelumnya memiliki hasil yang serupa dengan penelitian ini (Healthy, 2023; Nugraha, 2024).

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Merujuk pada analisis dan pembahasan yang telah dilaksanakan, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan berikut:

1. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif dan bermakna secara statistik terhadap kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa.
2. Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa.
3. Kombinasi kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan menunjukkan dampak positif dan statistik yang berarti terhadap kepuasan konsumen di The Swarga Suites Bali Berawa.

Rekomendasi yang diajukan untuk The Swarga Suites Bali Berawa meliputi upaya berkelanjutan dalam memantau kinerja staf selama proses pelayanan. Hal ini bertujuan mendorong para pekerja agar memberikan tanggapan yang responsif ketika melayani konsumen. Selain itu, perlu dilakukan penambahan dan penyempurnaan fasilitas di area interior yang masih memerlukan pengembangan. Organisasi hendaknya senantiasa berupaya mengoptimalkan mutu pelayanan serta menyediakan fasilitas yang memenuhi standar kelayakan.

### **Daftar Pustaka**

- Arcana, K., Sutapa, I K., & Kartimin, I W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Flame Bar Seminyak Badung. (2023). *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 5(1), 20-30. <https://doi.org/10.51713/jmh.2023.518>
- Fadila, D., & Ridho, S. L. (2013). *Perilaku Konsumen* (Palembang. Penerbit Citrabooks Indonesia.

- Firmansyah, M. A. (2018). Pengaruh Strategi Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Goride (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 2, 118-126.
- Hanung, Y. D., Sutapa, I K., & Dewi, D. M. P. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Moka Restoran Pada Astagina Resort Villa And Spa, Legian Bali. (2023). *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 5(1), 31-41.
- Healthy, G. D., Wirya, I M. S., & Susila, I M. G. D. (2023). Kepuasan Tamu Di Hotel Kamaniya Petitenget Seminyak Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 5(1), 1-8. <https://doi.org/10.51713/jmh.2023.516>
- Jehabu, F. N., Wisnawa, I. M. B., Putri, K. S. N. K., Rusmiati, N. N., & Arini, N. N. (2023). The Influence Of Room Rates And Facilities On Guest Decisions To Stay At The Aveda Boutique Hotel Petitenget Bali. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 7(1), 138-146.
- Kasmir. (2018). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. (2017). *Marketing for competitiveness*. Bentang Pustaka.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- Parasuraman A., Valarie A Zeithmal and Leonard L. Berry, (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. [www.imt.za/qrater/Q-rater.html](http://www.imt.za/qrater/Q-rater.html)
- Susila, I. M. G. D., Nugraha, I. W., & Sutapa, I. K. (2024). Analisis Kepuasan Wisatawan di Kaamala Resort Ubud. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3(2), 162-173.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction*, edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit Andi.

