



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Tamu New Puri Garden Hotel Semarang

Ferry Gunawan Prasetyo¹, Ida Martini Alriani^{2*}

¹⁻² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharmaputra Semarang, Indonesia

Alamat : Jl. Pamularsih Raya No 16 Semarang, Indonesia

Korespondensi penulis : ida.alriani@yahoo.com*

Abstract. *This study aims to determine the influence of service quality, facilities, and location on guest satisfaction at New Puri Garden Hotel Semarang. In the increasingly competitive hospitality industry, understanding the factors that influence guest satisfaction is crucial for enhancing customer loyalty and business competitiveness. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study consisted of all guests staying at New Puri Garden Hotel Semarang, totaling 97 individuals. The sampling technique used was random sampling, where the entire population was taken as the sample, resulting in 97 respondents. The research instrument was a questionnaire designed based on indicators of each variable. The data analysis technique employed was multiple linear regression analysis to examine the effect of independent variables (service quality, facilities, and location) on the dependent variable (guest satisfaction). The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction. This is evidenced by the t-value of 3.702, which is greater than the t-table value of 1.660, with a significance value of 0.005 (< 0.05). Facilities also have a positive and significant influence on guest satisfaction, with a t-value of 3.118 > 1.660 and a significance value of 0.002 (< 0.05). Meanwhile, location has the strongest influence on guest satisfaction, with a t-value of 6.468 > 1.660 and a significance value of 0.000 (< 0.05). Based on these results, it can be concluded that partially, the three variables—service quality, facilities, and location—have a positive and significant effect on guest satisfaction. These findings indicate that improving service quality, providing adequate facilities, and choosing a strategic location are essential factors in creating a satisfying guest experience. Therefore, hotel management should prioritize the development and enhancement of these three aspects to maintain and increase customer satisfaction in a sustainable manner.*

Keywords: *Consumer Behavior, Customer Satisfaction, Facilities, Location, Service Quality.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan tamu di New Puri Garden Hotel Semarang. Dalam konteks industri perhotelan yang semakin kompetitif, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan serta daya saing bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di New Puri Garden Hotel Semarang, yaitu sebanyak 97 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel, sehingga jumlah sampel sebanyak 97 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan tamu). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,702 $>$ t tabel 1,660 dengan nilai signifikansi 0,005 ($<$ 0,05). Fasilitas juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung 3,118 $>$ 1,660 dan nilai signifikansi 0,002 ($<$ 0,05). Sementara itu, lokasi memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung 6,468 $>$ 1,660 dan signifikansi 0,000 ($<$ 0,05). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, perbaikan dan penyediaan fasilitas yang memadai, serta lokasi yang strategis merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu memprioritaskan pengembangan ketiga aspek tersebut untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumen.

1. LATAR BELAKANG

Industri perhotelan menghadapi persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya jumlah hotel di kota Semarang. Dalam situasi ini, kepuasan tamu menjadi indikator utama keberhasilan. Kepuasan tamu dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan tamu di New Puri Garden Hotel Semarang.

Kepuasan pelanggan / tamu merupakan tujuan utama atau prioritas dari sebuah usaha industri perhotelan maupun usaha yang bergerak dibidang jasa lainnya, kenapa demikian karena dengan pelanggan atau tamu merasa puas terhadap layanan yang diteloh sajikan, semua itu bertujuan membuat hubungan antara pelanggan dengan penyedia jasa tersebut akan baik dan memberikan efek jangka Panjang dalam hubungan bisnis nya serta dapat memberikan citra yang baik mengenai 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 (I Putu Gede Greza Dewangga et al., 2022). Untuk dapat meningkatkan kepuasan tamu hotel, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Menurut Hartono & Purba (2022), kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyeimbangkan ketepatan penyampaian yang diharapkan oleh konsumen (Hartono & Purba, 2022).

Fasilitas menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hubungan fasilitas terhadap kepuasan konsumen jika manfaat yang di peroleh setelah menggunakan produk sebanding dengan harga yang di tawarkan, konsumen pun akan merasa puas. Sedangkan menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap dan beragam fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka hal itu akan menjadi salah satu aspek yang di perhatikan oleh konsumen (Zainal Prayogi, 2020). Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2016).

Lokasi merupakan faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Keberlangsungan sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah usaha tersebut akan berlokasi. Menurut Senggetang et al (2019) teori lokasi adalah ilmu yang mempelajari tata ruang kegiatan ekonomi, alokasi geografis potensial, serta pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha lain, baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berkaitan erat dengan dimana bisnis harus berkantor pusat dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Pesatnya jumlah hotel yang semakin berkembang di Kota Semarang dan perkembangan jumlah hotel di Kota Semarang yang sangat pesat menimbulkan persaingan yang ketat dalam bisnis perhotelan, sehingga untuk dapat bertahan hotel harus punya nilai jual tersendiri agar dapat menarik perhatian tamu. New Puri Garden Hotel Semarang Hotel bintang 3 terletak di dekat bandara dan menawarkan taman yang indah dan juga ditambah fasilitas penunjang lainnya yang cukup menarik. Berbagai macam penawaran yang diberikan kepada tamu berbagai macam fasilitas yang disediakan bertujuan demi mencapai kepuasan dan kenyamanan tamu. Sebagai pihak hotel selalu ingin mendapatkan nilai terbaik dari para konsumennya. Hal yang harus dilakukan perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah memilih lokasi yang strategis, nyaman, mudah ditemukan, lokasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Lokasi berkaitan erat dengan dimana bisnis harus berkantor pusat dan melakukan operasi atau kegiatannya. Berikut disajikan data tamu yang menginap New Puri Garden Hotel Semarang, mulai dari periode September 2024 – Maret 2025 :

Tabel 1. Jumlah tamu yang menginap New Puri Garden Hotel Semarang, mulai dari periode September 2024 - Maret 2025

NO	BULAN	JUMLAH KAMAR TERJUAL	KETERANGAN
1	September 2024	1737	-
2	Oktober 2024	1346	Turun
3	November 2024	1235	Turun
4	Desember 2024	1443	Naik
5	Januari 2025	1185	Turun
6	Februari 2025	1245	Naik
7	Maret 2025	1095	Turun
Total		9286	

Sumber : (New Puri Garden Hotel Semarang)

Berdasarkan tabel 1.1 tentang jumlah tamu yang menginap di New Puri Garden Hotel Semarang periode September 2024 - Maret 2025 mengalami fluktuatif (naik turun). Kenaikkan jumlah pengunjung terjadi pada periode Desember 2024 dan Februari 2025. Penurunan terjadi pada periode, Oktober 2024 ,November 2024 ,Januari 2025 dan Maret 2025.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemasaran di kembangkan dari kata pasar yang berarti sarana atau tempat berkumpulnya orang-orang yang terlibat dalam pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bagian paling sentral dalam kegiatan bisnis. Pemasaran berperan serta secara langsung terhadap kelangsungan hidup perusahaan, karena pemasaran itu merupakan ujung tombak dalam penjualan dan jalannya produksi perusahaan. Maka, sudah tentu bahwa pemasaran merupakan bagian penting dari bagian sukses penjualan. Pemasar adalah seseorang yang mencari anggapan (perhatian, pembelian, suara, donasi) dari pihak lain yang disebut prospek (Kotler, 2016). Menurut William J. Stanton (2014) pemasaran adalah sejumlah sistem dari keseluruhan bisnis yang di tujukan untuk merencanakan, menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembelian. Pemasaran (marketing) adalah suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan, di lakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.

Pemasaran jasa menurut Lupiyoadi (2014:92) merupakan satu kesatuan alat pemasaran yang perlu dipertimbangan saat merencanakan strategi pemasaran dan penetapan posisi untuk dapat berjalan sukses, dan elemen bauran pemasaran jasa terdiri dari atas tujuh hal (7P) yaitu sebagai berikut, produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik. Menurut Umar (2003;76), pemasaran jasa adalah pemasaran bersifat *intangibile* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Menurut Hurriyati (2010:42) bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan luapan rasa senang maupun kecewa yang timbul dari membandingkan kesan yang ia terima terhadap kinerja yang diharapkannya (Aswad et al., 2018). Indikator Kepuasan Pelanggan Armaniah et al (2019) menyatakan bahwa indikator yang dapat mengukur kepuasan konsumen adalah: 1). Harga untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi. 2). Kualitas pelayanan (service quality) kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit ditiru kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai barang dimensi, salah satu yang populer adalah servqual. 3). Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Lestari et al (2021) kualitas pelayanan adalah pendapat tentang apa yang konsumen rasakan terhadap keseluruhan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Indikator kualitas layanan adalah (Wijaya et al., 2021) : Bukti fisik (*tangibles*), Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*).

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Juniasih et al., 2023).

Indikator fasilitas (Alma, 2018) yakni: 1). Merencanakan spasialnya 2) Tata pencahayaan 3). Pemilihan warnanya.

Menurut Laksono & Hayani (2022) lokasi yaitu posisi toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Keberhasilan usaha dimasa yang akan datang ditentukan dengan pemilihan lokasi usaha yang tepat. Alasan utama adanya perbedaan dalam penentuan lokasi ialah adanya perbedaan kebutuhan setiap perusahaan. Terdapat 5 indikator lokasi yang dapat dijadikan sebagai pendukung dalam variabel lokasi (Mukhlis, 2019) yaitu : 1) Akses. 2). Visibilitas. 3). Tempat parkir luas, nyaman dan aman. 4). Lingkungan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif, variabel yang diteliti berupa kuantitatif yang dapat diklasifikasi menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau sebagai alasan berubahnya atau munculnya variabel terikat . Pada penelitian ini variabel bebasnya meliputi : Kualitas pelayanan, Fasilitas dan Lokasi. Variabel terikat ialah variabel yang terjadi karena suatu akibat atau yang terkontrol oleh variabel bebas. Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu : Kepuasan Tamu.

Jenis penelitiannya adalah survei, yakni sebuah studi dimana sampel diperoleh dari jumlah tamu yang menginap di New Puri Garden Hotel Semarang periode September 2024 sampai dengan maret 2025 dengan jumlah responden sebanyak 97 Tamu. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan tehnik Random Sampling yang memilih Responden secara acak menggunakan kertas undian ditiap bulanya dengan

jumlah 14 Responden pengunjung yang menginap di New Puri Garden Hotel Semarang pada kurun penelitian yaitu Sepetmber 2024 – Maret 2025 , sedangkan alat pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Peneliti merumuskan masalah yang muncul dari kualitas pelayanan,Fasilitas,dan lokasi Hotel. Peneliti kemudian mendeskripsikan teori dari berbagai sumber sebagai ulasan literatur selama penelitian.

Methodode analisis data yang digunakan memakai beberapa teknik pengolahan dengan program SPSS 26 yang menghasilkan analisis deskriptif untuk menjelaskan bahwa yang merespon dan perkiraan gambaran untuk variable yang ingin diteliti harus dijabarkan dengan ketentuan yang telah ada.Uji Instrumen yang meliputi Uji Validitas untuk mengukur apakah data yang didapatkan valid atau tidak.Uji Reliabilitas yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan . Uji Kelayakan Model yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2) yaitu untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variable dependen,dan uji F untuk melihat bagaimana pengaruh semua variable bebasnya secara bersama-sama terhadap variable terikatnya. Uji Hipotesis (uji t) adalah metode yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok atau sampel yang berbeda atau sering disebut uji parsial . Uji Regresi Linier Berganda adalah teknik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variable bebas terhadap satu variable terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis diskripsi dari kuesioner yang telah disebarkan kepada 97 responden. Data yang telah terkumpul diperoleh hasil jawaban responden tamu yang menginap di New Puri Garden Hotel Semarang sebagai berikut:

Nilai indeks kualitas pelayanan sebesar 4,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung hotel dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa ruang pelayanan perusahaan ini nyaman, petugas pelayanan memberikan pelayanan dengan cepat, petugas melayani dengan sigap menyambut kedatangan pengguna jasa, kualitas pelayanan yang diberikan membuat pengguna jasa yakin, serta petugas melayani dengan sabar.

Nilai indeks fasilitas sebesar 3,66 menunjukkan fasilitas yang diberikan dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap ruangan dirancang dengan baik, setiap ruangan hotel memiliki pencahayaan yang baik dan pemilihan warna sesuai hotel.

Nilai indeks lokasi sebesar 3,92 menunjukkan bahwa lokasi hotel dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa tersedia akses jalan yang memadai menuju hotel, lokasi hotel berada di tempat yang asri, tersedia tempat parkir yang luas dan hotel tidak jauh dari lingkungan warga.

Nilai indeks kepuasan tamu sebesar 3,89 menunjukkan bahwa kepuasan tamu dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa tarif yang dikenakan terjangkau, pelayanan yang diberikan dinilai baik dan pelayanan administrasi sangat mudah.

Dari hasil uji instrumen meliputi uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner adalah valid ditunjukkan bahwa nilai r hitungnya $> r$ table untuk semua variable. Untuk uji Reliabilitas menunjukkan bahwa jawaban dari responden adalah konsisten ditunjukkan oleh cronbach's alpha $> 0,7$.

Dari hasil pengujian kelayakan Model diperoleh hasil, nilai Adjusted R square sebesar 0,548 hal ini berarti bahwa perubahan variabel kepuasan tamu sebesar 54, 8% dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independent (kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi) sedangkan sebesar 45, 2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independent. Hasil uji F variabel kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi dan kepuasan tamu menunjukkan nilai F hitung sebesar $39,801 > 2,68$ ($n-k-1 = 97-3-1 = 93$), $\alpha = 0,05$) dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$ (signifikan), dengan demikian model layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Berdasar uji hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,702 > 1,660$, dengan nilai sig. sebesar $0,005 < 0,05$ (signifikan).

Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar $3,118 > 1,660$, dengan nilai sig. sebesar $0,002 < 0,05$ (signifikan).

Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar $6,468 > 1,660$, dengan nilai sig. Sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).

Berdasar hasil uji regresi diperoleh hasil sebagai berikut : Besarnya $\beta_1 = 0,249$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,005 artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan tamu. Besarnya $\beta_2 = 0,267$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,002 artinya semakin tinggi fasilitas karyawan, maka akan semakin tinggi kepuasan tamu. Besarnya $\beta_3 = 0,556$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,000 artinya semakin beragam lokasi, maka akan semakin tinggi kepuasan tamu.

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Pengguna jasa cenderung lebih mendapat kepuasan bukan dari pelayanan secara kualitatif tetapi lebih kepada pelayanan secara kuantitatif seperti jumlah layanan dan maklumat atau janji layanan. Sedangkan mutu atau kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Penelitian Sinega, (2022) dan Dedy & Alfandi, (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung (Kafarila, 2022). Penelitian Sinega, (2022) dan Dedy & Alfandi, (2022) bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Menurut Katemung et al (2018) lokasi adalah tempat bisnis bergerak atau tempat bisnis melakukan aktifitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang penting secara ekonomi. Kesesuaian letak lokasi menjadi salah satu faktor yang diperhitungkan oleh pelaku bisnis sebelum memulai usahanya, hal ini dilakukan karena penentuan lokasi yang sesuai seringkali menjadi penentu dalam penjualan suatu usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan tamu maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,702 > 1,660$, dengan nilai sig. sebesar $0,005 < 0,05$ (signifikan). Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar $3,118 > 1,660$, dengan nilai sig. sebesar $0,002 < 0,05$ (signifikan). Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar $6,468 > 1,660$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian direkomendasikan kepada manajemen untuk: Lokasi sangat berpengaruh kepada kepuasan tamu, maka ketersediaan area parkir yang luas perlu menjadi perhatian Management hotel. Fasilitas sangat berpengaruh kepada kepuasan tamu, sehingga pemilihan warna dan interior hotel perlu menunjuk ahli yang profesional. Kualitas Pelayanan berpengaruh kepada kepuasan tamu, sehingga manajemen hotel perlu melakukan training kepada seluruh staf agar pelayanan menjadi lebih dan membuat tamu lebih yakin.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, B., Gardi, B., Othman, B., Ahmed, S., Ismael, N., A.hamza, P., Aziz, H., Sabir, B., Sorguli, S., & Anwar, K. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Apriliawan, D., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Pusat Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–17.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 23.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6, 77–85. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Cholis, M. N., Rahayu, E., Apriliyani, R., Widagdo, S., & Yuliamir, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Noormans Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2), 121–138. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i2.317>
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.678>
- Dwiyanton, T. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, 10(19), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haeriah, Mustari, Muhammad Hasan, Muhammad Ihsan Said, I. T. (2021). Haeria Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 36–42.

- Hakim, L. N., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Alana Sentul, 10(1), 1–12.
- I Putu Gede Greza Dewangga, Saharjo, S. J., & Putra, P. G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian, 06(01), 11–20.
- Juniasih, I. A. K., Suastama, I. B. R., & Ramadiputra, I. G. A. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grand Livio Hotel Bali. *Forum Manajemen*, 21(2), 43–56. <https://doi.org/10.61938/fm.v21i2.529>
- Kafarila, D. H. (2022). Pengaruh Pelayanan, Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Yang Menginap di Hotel Karlita Kota Tegal. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 167–177. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i3.236>
- Kambey, P. M., Tampi, J. R., & Tumbe, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Weddings by De'Puteris Bridal Airmadidi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1689–1699.
- Katemung, L. T. S., Kojo, C., & Rumokoy, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 978–987.
- Marsela, L. A., Asmin, E. A., & Andari, T. T. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Service Excellent Pada Hotel The Garden Syariah, Ciawi, 3(5), 367–376.
- Prayogi, Z., & Burda, A. (2020). Pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hotel Borobudur Jakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–20.
- Rahmadi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Sahid Batam Center.
- Sinega, F. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Villa Camp David Wonolopo Semarang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(1), 69–76. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i1.5>
- Wijaya, D. G., Lukito, H., & Efendi, M. J. (2021). Hubungan Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen. *Emas*, 4(1), 70–80.
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, W. I. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1248–1257.