



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Sentral di Buleleng

Ni Komang Fibra Abelia¹, Made Putri Ariasih²

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia²

Email Korespondensi: fibra@student.undiksha.ac.id¹, mariasih@undiksha.ac.id²

Article received: 05 Mei 2026, Review process: 12 Mei 2026

Article Accepted : 29 Mei 2026, Article published: 26 Juni 2026

ABSTRACT

Increasingly fierce competition in the hospitality industry requires every hotel to provide optimal service quality and facilities to meet customer expectations. Customer satisfaction is a key indicator of a hotel's success in retaining customer loyalty and enhancing its competitiveness. This study aims to analyze the influence of service quality and facilities on customer satisfaction at Hotel Sentral Buleleng. This study uses a quantitative approach with a causal design. The research sample consisted of 120 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that service quality and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction, both simultaneously and individually. Furthermore, facilities are the variable with a more dominant influence than service quality in enhancing customer satisfaction. These findings suggest that continuous improvements in service quality and facilities can increase customer satisfaction and support the hotel's competitiveness within the hospitality industry.

Keywords: *customer satisfaction, facilities, service quality.*

ABSTRAK

Persaingan dalam industri perhotelan yang semakin ketat menuntut setiap hotel untuk mampu memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang optimal guna memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting yang menentukan keberhasilan hotel dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Sentral Buleleng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, fasilitas merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas secara berkelanjutan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendukung daya saing hotel dalam industri perhotelan.

Kata kunci: *fasilitas, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali. Selain kawasan Bali Selatan, Kabupaten Buleleng di Bali Utara juga memiliki potensi wisata yang tinggi melalui berbagai destinasi alam, budaya, dan sejarah, seperti Pantai Lovina, Air Terjun Gitgit, Danau Buyan dan Tamblingan, Pura Beji, serta Museum Gedong Kirtya. Potensi tersebut turut mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, yang pada Januari 2025 mencapai 99.966 orang atau meningkat 35% dibandingkan Januari 2024 yang berjumlah 73.699 kunjungan (dispar.bulelengkab.go.id, 2025). Peningkatan kunjungan wisatawan ini menyebabkan kebutuhan akan akomodasi yang berkualitas semakin meningkat, sehingga hotel dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Salah satu hotel yang cukup dikenal di kawasan Buleleng adalah Hotel Sentral yang berlokasi di pusat Kota Singaraja. Selain memiliki lokasi yang strategis, Hotel Sentral juga menunjukkan tingkat kunjungan yang relatif tinggi dan stabil, dengan jumlah pengunjung berkisar antara 622-986 orang per bulan, sehingga memiliki potensi pasar yang jelas dan relevan untuk dijadikan objek penelitian.

Tabel 1. Data Pengunjung di Hotel Sentral

Bulan	Orang
Januari	843
Februari	663
Maret	773
April	986
Mei	622

(Sumber: Hotel Sentral, 2025)

Meskipun memiliki tingkat kunjungan yang relatif tinggi, Hotel Sentral memperoleh *rating* 3,6/5 pada ulasan Google yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum sepenuhnya optimal. Beberapa pelanggan masih menyampaikan keluhan terkait kebersihan, keramahan staf, kualitas pelayanan, dan kondisi fasilitas yang perlu ditingkatkan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya tingkat kunjungan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang belum maksimal. Hotel Sentral dipilih sebagai objek penelitian karena merepresentasikan fenomena hotel yang memiliki jumlah pelanggan cukup besar namun masih menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas secara konsisten. Dibandingkan dengan Hotel Grand Wijaya yang memiliki *rating* lebih tinggi, yaitu 4,2/5, Hotel Sentral dinilai lebih relevan untuk diteliti karena masih memiliki ruang yang lebih besar untuk evaluasi dan perbaikan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan guna menghasilkan rekomendasi yang dapat mendukung peningkatan daya saing Hotel Sentral serta menjadi referensi bagi hotel lain dengan karakteristik serupa.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kenyataan dari suatu produk atau layanan. Ini merupakan

indikator kunci keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan terhadap kualitas suatu produk atau layanan (Utarini dkk., 2025). Pelanggan yang puas cenderung loyal, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat merusak citra dan keberlangsungan bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan pelanggan mencerminkan perasaan seseorang setelah menilai kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kepuasan juga berkaitan dengan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, termasuk interaksi dan layanan selama proses pembelian (Tjiptono & Diana, 2020). Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan serta fasilitas berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan karena keduanya memberikan pengaruh langsung terhadap pengalaman yang dirasakan pelanggan (Susanta dkk., 2025). Oleh karena itu, perusahaan harus secara konsisten meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, karena mencerminkan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi melalui interaksi dengan penyedia layanan. Menurut Parasuraman dkk. (1988), kualitas pelayanan terdiri dari empat dimensi utama: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang semuanya berkontribusi langsung terhadap persepsi kepuasan pelanggan. Lewis dan Booms (1983) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima konsumen berada di bawah tingkat harapan mereka, maka konsumen cenderung merasa tidak puas (Putra & Suarmanayasa, 2023). Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas tidak hanya ditunjukkan melalui kecepatan dan keramahan, tetapi juga melalui ketepatan informasi yang diberikan serta konsistensi dalam setiap proses pelayanan yang dilakukan (Ramadhan & Ariasih, 2025).

Kualitas layanan yang baik, yang tercermin melalui interaksi dan komunikasi yang efektif antara karyawan dan pelanggan, dapat menciptakan nilai positif serta meningkatkan kepuasan konsumen, khususnya dalam industri perhotelan (Kasih dkk., 2021; Guna dkk., 2026). Lupioadi (2020) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan jangka pendek, tetapi juga berpengaruh lama terhadap citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan. Kualitas layanan juga berperan mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap setia dan tidak beralih ke penyedia jasa lain (Kertiyasa & Heryanda, 2022). Oleh karena itu, perusahaan yang dapat mempertahankan kualitas layanan secara konsisten akan lebih mudah membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan bisnis.

Fasilitas merupakan salah satu elemen penting dalam menunjang kenyamanan dan kepuasan pelanggan, terutama dalam sektor jasa seperti perhotelan, restoran, atau layanan publik. Menurut Kotler dan Keller (2021), fasilitas adalah bagian dari bukti fisik (*physical evidence*) yang mencerminkan kualitas layanan yang diberikan dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi

pelanggan terhadap suatu tempat atau organisasi. Fasilitas merupakan sarana atau sumber daya fisik yang perlu disediakan terlebih dahulu sebagai pendukung dalam penyampaian jasa maupun produk kepada pelanggan (Wirayudha & Yulianthini, 2024). Sementara itu, menurut Tjiptono (2014), fasilitas adalah segala bentuk sarana atau prasarana yang disediakan oleh penyedia jasa untuk mendukung kelancaran pelayanan kepada pelanggan. Fasilitas dapat berupa bangunan fisik, peralatan, kelengkapan ruangan, teknologi, hingga kenyamanan lingkungan. Sedangkan Jeff L. Payne (2000) menyatakan bahwa fasilitas merupakan bagian dari sistem pelayanan yang berfungsi untuk menciptakan pengalaman positif dan memuaskan bagi pelanggan. Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak hanya mencakup aspek fisik, tetapi juga melibatkan elemen kenyamanan dan kemudahan yang diberikan kepada pelanggan dalam menikmati suatu layanan.

Pemahaman mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan penting bagi manajemen Hotel Sentral untuk merancang strategi peningkatan layanan yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang semakin ketat. Selain memberikan manfaat praktis bagi pengelola hotel, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen perhotelan dan pengambilan keputusan berbasis data. Penelitian ini didasarkan pada adanya *research gap* dari hasil penelitian terdahulu. Maryati dan Husda (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Lumempow dkk. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan, sementara fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Dedy dan Alfandi (2022) hanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas, sedangkan Andari dan Mulyantomo (2020) menunjukkan bahwa variabel lain seperti harga, promosi, dan kepercayaan pelanggan juga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan perlunya penelitian lanjutan pada konteks yang lebih spesifik, yaitu Hotel Sentral Singaraja, untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan serta menjadi dasar bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Sentral Singaraja yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani, Kabupaten Buleleng, Bali, pada periode September 2025 hingga Juni 2026. Penelitian menggunakan desain kausal untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah menginap di Hotel Sentral Singaraja, dengan sampel sebanyak 120 responden yang ditentukan berdasarkan pedoman jumlah indikator penelitian, yaitu 10 kali jumlah indikator yang digunakan (Ferdinan, 2006). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah menginap di Hotel Sentral, berusia minimal 17

tahun, menginap dalam periode penelitian, dan bukan merupakan karyawan maupun manajemen hotel (Sugiyono, 2013). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Wawancara digunakan untuk memperoleh gambaran awal mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan tingkat kepuasan yang dirasakan, sedangkan kuesioner digunakan sebagai instrumen utama pengumpulan data primer dari 120 responden (Sugiyono, 2023). Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang mengacu pada Parasuraman dkk. (1988). Variabel fasilitas diukur berdasarkan tata letak, desain interior dan eksterior, kebersihan dan kerapian, ketersediaan sarana pendukung, serta keamanan dan kenyamanan (Tjiptono, 2008). Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Indrasari, 2019). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Sugiyono, 2023).

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya pada 30 responden. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dan nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai 0,725 untuk kualitas pelayanan, 0,911 untuk fasilitas, dan 0,767 untuk kepuasan pelanggan, yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,70 sehingga dinyatakan reliabel. Data selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan serta uji F untuk menguji pengaruh simultan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 4,00, maksimum 17,00, rata-rata (*mean*) 10,89, dan standar deviasi 2,71. Variabel fasilitas memiliki nilai minimum 9,00, maksimum 33,00, rata-rata 21,24, dan standar deviasi 5,02, sedangkan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai minimum 3,00, maksimum 14,00, rata-rata 7,99, dan standar deviasi 2,28. Berdasarkan nilai rata-rata masing-masing variabel, kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai kualitas pelayanan dan fasilitas Hotel Sentral sudah cukup baik, namun belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka. Kondisi tersebut tercermin pada tingkat kepuasan pelanggan yang juga berada pada kategori sedang, sehingga masih diperlukan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal.

Analisis Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 63 orang (52,50%) dan perempuan sebanyak 57 orang (47,50%), yang menunjukkan distribusi gender relatif seimbang. Mayoritas responden berada pada rentang usia 26–30 tahun sebanyak 42 orang (35,00%), diikuti usia 20–25 tahun sebanyak 30 orang (25,00%), sedangkan kelompok usia 31–35 tahun dan 36–45 tahun masing-masing berjumlah 24 orang (20,00%). Sebagian besar responden menginap selama 1 hari (44,17%) dan 2 hari (43,33%), yang mengindikasikan dominasi kunjungan jangka pendek. Dari sisi domisili, mayoritas responden berasal dari Bali sebanyak 90 orang (75,00%), sedangkan sisanya berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, sebagian besar responden memiliki pendapatan lebih dari Rp5.000.000 (60,83%), diikuti kelompok pendapatan Rp2.500.000–Rp5.000.000 (37,50%). Secara umum, karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pelanggan Hotel Sentral didominasi oleh kelompok usia produktif dengan daya beli menengah ke atas, yang cenderung melakukan kunjungan singkat dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas hotel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis yang diperoleh valid dan dapat dipercaya. Pengujian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200 ($> 0,05$). Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,377 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 2,965 (< 10), sehingga tidak terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen. Sementara itu, uji heteroskedastisitas melalui metode *Glejser* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,952 untuk kualitas pelayanan dan 0,996 untuk fasilitas ($> 0,05$), yang mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Selain menghasilkan persamaan regresi, analisis ini juga digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel melalui uji t , pengaruh secara simultan melalui uji F , serta besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen melalui koefisien determinasi (R^2).

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel sebesar 3,07 pada tingkat signifikansi

5% ($\alpha = 0,05$) serta melihat nilai signifikansi model. Hasil uji F disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	433,547	2	216,773	135,307	0,000
Residual	187,445	117	1,602	-	-
Total	620,992	119	-	-	-

(Sumber: Data diolah Penulis, 2026)

Dari hasil analisis ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 135,307 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sementara itu, nilai F tabel dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 117$ pada taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 3,07. Karena nilai F hitung (135,307) lebih besar dari F tabel (3,07) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel sebesar 1,658 pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) serta melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. Hasil uji t disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji t

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,291	0,517	-	-0,563	0,575
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,297	0,074	0,352	4,026	0,000
Fasilitas (X_2)	0,238	0,040	0,523	5,986	0,000

(Sumber: Data diolah Penulis, 2026)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = -0,291 + 0,297 X_1 + 0,238 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar -0,291 dengan tingkat signifikansi 0,575 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar -0,291.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,297, nilai t hitung sebesar 4,026, dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini

menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, setiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,297 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Variabel Fasilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,238, nilai t hitung sebesar 5,986, dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, setiap peningkatan satu satuan Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,238 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai beta terstandarisasi sebesar 0,523 yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan ($\beta = 0,352$) menunjukkan bahwa Fasilitas merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,836	0,698	0,693	1,265

(Sumber: Data diolah Penulis, 2026)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,693. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 69,3%, sedangkan sisanya sebesar 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Sentral.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman menginap yang memuaskan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan interaksi langsung antara pelanggan dan pihak hotel, sedangkan fasilitas merupakan bukti fisik yang dirasakan selama menginap. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kedua variabel berada pada kategori sedang, yang berarti pelayanan dan fasilitas yang tersedia telah cukup baik, namun belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Kondisi ini berkaitan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh pelanggan usia produktif, berpendapatan menengah ke atas, serta mayoritas melakukan kunjungan jangka pendek sehingga memiliki harapan yang tinggi

terhadap pelayanan yang cepat, profesional, serta fasilitas yang nyaman dan memadai.

Kepuasan pelanggan terbentuk melalui kombinasi kualitas pelayanan dan fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan selama menginap. Pelayanan yang belum sepenuhnya responsif dan fasilitas yang belum optimal dari aspek kebersihan, kenyamanan, serta kelengkapan sarana menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan masih berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan pelayanan yang lebih cepat, responsif, dan profesional yang didukung oleh fasilitas yang aman, nyaman, bersih, dan mampu memberikan pengalaman menginap yang lebih baik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas perlu dilakukan secara bersamaan karena keduanya berperan penting dalam memenuhi harapan pelanggan, mendorong kunjungan ulang, dan meningkatkan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk. (1988) bahwa kualitas pelayanan terbentuk dari kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan pelanggan, serta Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang mendukung kenyamanan pelanggan. Selain itu, Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan Indrasari (2019) menegaskan bahwa kepuasan tercermin dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Dedy dan Alfandi (2022), Sodikin dan Ganda (2023), Jayanti dan Yulianthini (2022), Alana dan Putro (2020), serta Andari dan Mulyantomo (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang secara umum berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Hotel Sentral sudah cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara lebih optimal. Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh pelanggan usia produktif dengan tingkat pendapatan menengah ke atas yang cenderung memiliki harapan tinggi terhadap pelayanan yang cepat, akurat, profesional, dan responsif.

Setiap dimensi kualitas pelayanan berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Keandalan pelayanan berperan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang konsisten dan sesuai prosedur, sedangkan daya tanggap menjadi penting karena mayoritas pelanggan melakukan kunjungan jangka pendek sehingga membutuhkan pelayanan yang cepat dan efisien. Selain itu,

jaminan yang tercermin dari profesionalisme petugas mampu meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pelanggan, sementara empati membantu menciptakan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Kombinasi keempat dimensi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman dkk. (1988) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Selain itu, Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai ketika layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan Indrasari (2019) menegaskan bahwa kepuasan tercermin melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Maryati dan Husda (2020), Fishendra (2022), serta Ariantini dan Ariasih (2025) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun berbeda dengan temuan Lumempow dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan pada konteks penelitian yang berbeda.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik fasilitas yang disediakan hotel maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Fasilitas dalam penelitian ini diukur melalui indikator tata letak, desain interior dan eksterior, kebersihan dan kerapian, ketersediaan sarana pendukung, serta keamanan dan kenyamanan (Tjiptono, 2008). Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa fasilitas berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan bahwa fasilitas yang tersedia sudah cukup memadai namun belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Kondisi ini relevan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh pelanggan usia produktif dan berpendapatan menengah ke atas yang cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas fasilitas hotel.

Setiap indikator fasilitas memiliki peran dalam membentuk kepuasan pelanggan. Tata letak yang efisien memudahkan aktivitas pelanggan selama menginap, sedangkan desain interior dan eksterior yang menarik dapat meningkatkan pengalaman dan persepsi positif terhadap hotel. Selain itu, kebersihan dan kerapian menjadi aspek penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan, sementara ketersediaan sarana pendukung membantu memenuhi kebutuhan selama menginap. Di sisi lain, keamanan dan kenyamanan memberikan rasa aman serta pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali menginap dan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Oleh karena itu, peningkatan kualitas fasilitas pada berbagai aspek tersebut dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang mendukung kenyamanan pelanggan dalam menggunakan jasa, serta Kotler dan Keller (2021) yang

menegaskan bahwa fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence* yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Selain itu, Indrasari (2019) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tercapai ketika kinerja layanan, termasuk fasilitas yang diberikan, mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Maryati dan Husda (2020), Jayanti dan Yulianthini (2022), Arifin dkk. (2023), serta William dan Tiurniari (2020) yang menemukan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik fasilitas yang disediakan hotel, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dicapai.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sentral Buleleng, baik secara individu maupun secara bersama-sama. Kualitas pelayanan yang tercermin melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berperan dalam membentuk pengalaman menginap yang memuaskan, sementara fasilitas yang meliputi tata letak, desain, kebersihan, kelengkapan sarana, serta keamanan dan kenyamanan turut mendukung terpenuhinya harapan pelanggan. Di antara kedua variabel tersebut, fasilitas memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan memerlukan perhatian yang seimbang terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas agar mampu menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik, mendorong kunjungan ulang, serta meningkatkan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah agar manajemen Hotel Sentral terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek empati dan responsivitas petugas dalam memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, perbaikan dan evaluasi fasilitas secara berkala perlu dilakukan untuk memastikan kenyamanan, kebersihan, keamanan, serta kelengkapan sarana yang tersedia sesuai dengan harapan pelanggan. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas secara berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong kunjungan ulang, serta meningkatkan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan Hotel Sentral kepada orang lain. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, citra merek, kepercayaan, atau pengalaman pelanggan, serta memperluas objek penelitian dan menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada industri perhotelan.

DAFTAR RUJUKAN

Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5(2), 180-194.

Andari, M. P., & Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(3), 77–84.

Arianti, N. L. P. M., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Green Kubu Café Tegallalang. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 462–471. Universitas Pendidikan Ganesha.

Arifin, S., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya. *Journal on Education*, 5(3), 9629–9636.

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.

Ferdinan, R., 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Faculty Of Economics And Business > Department Of Management*, [Online] Pp.9–65. Available At: <[Http://Eprints.Undip.Ac.Id/27924/](http://Eprints.Undip.Ac.Id/27924/)>.

Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66–73.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guna, G. A. T., Metriana, M. A., & Heryanda, K. K. (2026). Communication, Leadership, and Work Environment in Employee Performance. *Journal of General Education and Humanities*, 5(1), 427-438.

Indrasari, M., 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.

Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh fasilitas serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan domestik objek wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 306–312.

Jeff L.Payne, S.W.G.R., 2000. *Earnings Management: The Effect Of Ex Ante Earnings Expectations*. *Journal Of Accounting, Auditing & Finance*, 13(5), Pp.55–61.

Kasih, N. L. S., Winata, I. G. K. A., & Sanjaya, N. M. W. S. (2021). Peran Customer Relationship Management, Service Quality, Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 13(3).

Kertiyasa, I. G., & Heryanda, K. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 161-168.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed., Global Edition). Pearson.

Lewis, B. R., & Booms, B. H. (1983). *The marketing aspects of service quality*. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging perspectives on services marketing*. American Marketing Association.

Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11.

Lupioadi, R., (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.

Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, 8(1), 20–27.

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.

Putra, G. J., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada pt. bpr suryajaya kubutambahan. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3), 249-258.

Ramadhan, D. R., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Daihatsu Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2), 835-844.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susanta, K. F., Andayani, N. L. H., & Dewi, L. (2025). Service Quality and Hotel Facilities as Determinants of Guest Satisfaction at Bali Nusa Dua Convention Center. *International Journal of Glocal Tourism*, 6(4), 320-337.

Tjiptono, F. (2008). *Manajemen pelayanan jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran (edisi ke-4)*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Utarini, N. K. N., Telagawathi, N. L. W. S., & Widiastini, N. M. A. (2025). Does Electronic Word Of Mouth Mediate The Impact Of Product Quality And Brand Image On Smartphone Purchasing Decisions?. *Relevance: Journal of Management and Business*, 8(1), 33-50.

William & Tiurniari, P., 2020. Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal Emba*, 8(1), Pp.1987-1996.

Wirayudha, M. A., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Swatantra Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3).