

## ***The Effect Of Service Quality, Facilities, And Price On Stay Satisfaction At Hotel Selecta In Batu City***

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Menginap Di Hotel Selecta Kota Batu**

Dwi Nawangwulan<sup>1\*</sup>, Ike<sup>2</sup>, Tri<sup>3</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang<sup>1,2,3</sup>

[dwinawangwulan7@gmail.com](mailto:dwinawangwulan7@gmail.com)<sup>1</sup>

*\*Corresponding Author*

---

#### **ABSTRACT**

*Hotel Selecta is one of the oldest hotels in Batu City, originating from the Dutch colonial era, established in 1928 and renovated in 1950 due to damage following Indonesia's independence. Hotel Selecta is part of an integrated area that includes Selecta Recreational Park and a restaurant, which to this day continues to compete amid the intense tourism competition in Batu City. Batu City is a major tourist destination offering a wide range of accommodation options with various facilities and classifications, including star-rated hotels, budget hotels, and villas. This study aims to analyze the effect of service quality, facilities, and price on guest satisfaction at Hotel Selecta Batu City. Customer satisfaction is a crucial factor in the hospitality industry as it influences customer loyalty and business sustainability. This research employs a quantitative method using a survey approach. Primary data were collected through questionnaires distributed to guests who had stayed at Hotel Selecta Batu City, with the sampling technique using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The results indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Facilities also have a significant effect on customer satisfaction. However, price does not have a significant effect on guest satisfaction. Simultaneously, service quality, facilities, and price have a significant effect on guest satisfaction at Hotel Selecta Batu City. Among these variables, service quality is the most dominant factor influencing guest satisfaction. This study is expected to contribute to the management of Hotel Selecta Batu City by providing insights into improving guest satisfaction through enhanced service quality, adequate facilities, and pricing strategies aligned with customer expectations.*

**Keywords:** Service Quality, Facilities, Price, Customer Satisfaction

#### **ABSTRAK**

Hotel Selecta adalah salah satu hotel tertua di Kota Batu yang merupakan peninggalan jaman Belanda yang dibangun pada tahun 1928 dan pada tahun 1950 mengalami renovasi karena kerusakan pasca kemerdekaan. Hotel Selecta masuk dalam satu kawasan yang terintegrasi dengan unit Taman Rekreasi Selecta dan Restoran yang sampai saat ini masih dapat bersaing di tengah-tengah persaingan pariwisata di Kota Batu yang begitu ketat, dimana kota Batu merupakan kota wisata dengan berbagai pilihan hotel dengan spesifikasi fasilitas dan kelas, baik itu hotel berbintang, hotel melati maupun villa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan menginap tamu di Hotel Selecta Kota Batu. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam industri perhotelan karena berpengaruh terhadap loyalitas dan keberlangsungan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada tamu yang pernah menginap di Hotel Selecta Kota Batu, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan menginap tamu. Secara simultan, kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menginap di Hotel Selecta Kota Batu. Variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling

dominan terhadap kepuasan menginap tamu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen Hotel Selecta Kota Batu dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui perbaikan kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas yang memadai, serta penetapan harga yang sesuai dengan harapan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan.

## 1. Pendahuluan

Di tahun 2025 ini, selera konsumen terhadap produk maupun jasa berubah dengan cepat sesuai dengan perubahan perilaku dan kebutuhan yang terus berubah. Perubahan perilaku konsumen ini mutlak dan harus dihadapi industri tentunya dengan pendekatan analisis yang tepat untuk dapat menyesuaikan dengan kondisi perilaku konsumen. Kondisi tersebut yang dihadapi oleh pengusaha pariwisata, khususnya hotel yang ada di Kota Batu.

Dengan segala potensi alam, tempat rekreasi, dan akomodasi yang lengkap di Kota Batu telah menjadikan Kota Batu sebagai kota wisata yang cukup di kenal di Indonesia. Kota Batu menurut BPS (2021) memiliki 1085 akomodasi penginapan dengan berbagai spesifikasi fasilitas dan kelas, baik itu hotel berbintang, hotel melati maupun villa. Dengan bertumbuhnya hotel maupun penginapan di Kota Batu, diperlukan kreatifitas para pelaku usaha hotel agar wisatawan yang datang ke Kota Batu menjadikan hotelnya sebagai pilihan utama untuk menginap. Dunia perhotelan merupakan industri dengan situasi yang tidak pasti, dikarenakan okupansi juga tergantung dari berbagai faktor, seperti fasilitas, harga, pelayanan bahkan juga kebijakan pemerintah.

Hotel Selecta merupakan salah satu hotel tertua di Kota Batu yang telah berdiri sejak era kolonial Belanda pada tahun 1930-an. Pada awalnya, Selecta dibangun sebagai tempat peristirahatan atau rekreasi bagi kolonial yang ingin menikmati udara sejuk pegunungan dan pemandangan alam di kawasan Batu. Seiring perjalanan waktu, Hotel Selecta mengalami berbagai renovasi, khususnya pasca kemerdekaan, guna memperbaiki kerusakan sekaligus menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan domestik. Hingga kini, Hotel Selecta terus bertransformasi menjadi destinasi wisata terpadu yang tidak hanya menawarkan layanan perhotelan, tetapi juga taman rekreasi, kolam renang, serta kebun bunga yang menjadi ikon wisata Kota Batu. Hotel ini merupakan bagian dari unit usaha PT Selecta, sebuah perusahaan perseroan terbatas tertutup yang saat ini dimiliki oleh 1.110 pemegang saham. Keberadaan Selecta memiliki keunikan tersendiri karena mampu bertahan hingga tiga generasi dan senantiasa beradaptasi dengan perkembangan zaman, perubahan perilaku konsumen, serta kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu.

Berdasarkan ulasan tamu Hotel Selecta yang disampaikan melalui media sosial, kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen, terutama pada proses pelayanan sejak check in hingga check out. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional menjadi harapan utama tamu dalam menikmati pengalaman menginap. Selain kualitas pelayanan, aspek fasilitas dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima juga menjadi perhatian konsumen, di mana masih ditemukan beberapa kekurangan yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan tamu.

Menanggapi hal tersebut, pihak Hotel Selecta telah melakukan berbagai upaya perbaikan guna meningkatkan kepuasan konsumen. Upaya tersebut meliputi pembaruan dan peningkatan fasilitas hotel, peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf, serta evaluasi terhadap kebijakan harga agar tetap kompetitif dan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Dengan perbaikan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga tersebut, diharapkan Hotel Selecta mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan serta memperkuat posisinya di tengah persaingan industri perhotelan.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut maka judul yang kami pilih untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi kualitas pelayanan, harga dan juga fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel

Selecta terhadap kepuasan konsumen di Hotel Selecta, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Menginap di Hotel Selecta Kota Batu”

## 2. Tinjauan Pustaka

### Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur dengan melalui lima utama dimensi yang dikenal dengan model **SERVQUAL**, yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi ini menjadi acuan bagi banyak penelitian dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap mutu layanan suatu perusahaan jasa, termasuk hotel. Dalam industri perhotelan, penerapan dimensi SERVQUAL membantu manajemen untuk menilai dan memperbaiki aspek layanan yang dirasakan kurang oleh tamu.

### Fasilitas

Fasilitas dimaknai bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa untuk mendukung kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan pelanggan dalam menikmati layanan yang diberikan. Fasilitas berfungsi sebagai pelengkap utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengguna jasa. Dalam sektor perhotelan, fasilitas meliputi segala hal yang dapat digunakan tamu, baik yang bersifat utama seperti kamar, restoran, dan ruang pertemuan, maupun pelengkap seperti kolam renang, taman, akses internet, serta area parkir yang nyaman dan aman. Ketersediaan fasilitas yang lengkap, bersih, dan terawat menjadi penting dalam kepuasan tamu hotel. Fasilitas di Hotel Selecta menjadi variabel yang penting.

### Harga

Harga merupakan ketetapan nilai yang harus dikeluarkan pembeli untuk memperoleh ganti produk, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Dalam konteks industri perhotelan, harga mencerminkan nilai dari layanan yang diterima tamu, termasuk kualitas kamar, fasilitas yang disediakan, serta pengalaman yang dirasakan selama menginap. Harga sebagaimana dipahami tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi menjadi indikator dari nilai dan kompetitif sebuah hotel di pasar.

### Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2019:146) beranggapan, kepuasan pelanggan merupakan level perasaan manusia setelah merasakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja produk yang dirasakan sesuai atau melampaui bayangan mereka, maka konsumen akan merasa puas sebaliknya, jika kinerja produk di bawah harapan bayangan mereka, maka akan timbul ketidakpuasan.

## 3. Metode Penelitian

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data numerik dari sampel populasi dengan tujuan melakukan pengujian terhadap dugaan awal yang telah ditetapkan (Sekaran, U., & Bougie. 2016).

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Selecta Kota Batu. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juli – November 2025 selama 4 bulan. Pengumpulan data responden melalui kuesioner dibuat melalui *google form*, kemudian *link google form* dikirim langsung kepada konsumen Hotel Selecta yang kami dapat datanya dari resepsionis. Jumlah koresponden berjumlah 50 orang yang melakukan proses check in maupun check out secara langsung.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang pernah menginap di Hotel Selecta Kota Batu. Populasi tersebut mencakup tamu individu maupun rombongan yang

menggunakan jasa penginapan, baik untuk keperluan liburan, perjalanan bisnis, maupun kegiatan lainnya. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan, fasilitas, dan harga yang ditawarkan oleh pihak hotel, sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif mengenai tingkat kepuasan menginap.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian ini, 57,63% dari total pelanggan merupakan rombongan travel (via agen). Komposisi populasi juga berdasarkan kriteria inklusi yang telah kami tetapkan sebagai berikut : Pernah menginap di Hotel Selecta minimal 1 malam pada periode yang ditentukan. Bukan bagian dari rombongan travel/agen (sesuai klasifikasi data). Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Berusia minimal 17 tahun. Melakukan transaksi atau berinteraksi secara langsung dengan resepsionis.

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### **Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Kualitas pelayanan adalah kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan tamu, yang diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), yaitu:

- a. Bukti Fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tangkap
- d. Jaminan
- e. Empati

##### **Variabel Fasilitas X2)**

Fasilitas adalah sarana fisik dan nonfisik yang disediakan hotel untuk mendukung kenyamanan tamu selama menginap (Tjiptono, 2019). Indikator yang digunakan:

- a. Kenyamanan fasilitas
- b. Kelengkapan fasilitas
- c. Kebersihan dan perawatan
- d. Keamanan fasilitas
- e. Kemudahan akses atau penggunaan

##### **Variabel Harga (X3)**

Harga merupakan nilai yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh jasa atau produk (Kotler & Keller, 2016). Indikator yang digunakan:

- a. *Motives* (Motivasi)
- b. *Knowledge* (Pengetahuan)
- c. *Skill* (Ketrampilan)
- d. *Ability* (Kemampuan)

##### **Variabel Kepuasan Menginap (Y)**

Kepuasan menginap (Y) adalah tingkat perasaan tamu setelah membandingkan harapan dengan pengalaman yang diterima selama berada di hotel. Kepuasan ini ditunjukkan melalui kesesuaian harapan, keinginan untuk kembali, serta kesediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain (Tjiptono, 2019). Berikut Indikator yang digunakan :

- a. Kesesuaian harapan
- b. Kepuasan terhadap pelayanan
- c. Kepuasan terhadap fasilitas dan harga
- d. Minat berkunjung Kembali
- e. Kesediaan merekomendasikan

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### **Hasil Analisis Data**

Berdasarkan tabel distribusi jenis kelamin responden, terdapat total 50 responden dengan jumlah laki-laki sebanyak 26 orang dan 24 perempuan. Berdasarkan jenis kelamin maka jumlah responden cukup berimbang dimana 52% laki-laki dan 48% nya adalah perempuan. Mayoritas responden wisatawan Hotel Selecta berada pada kelompok usia 40–49 tahun, yaitu sebanyak 23 orang (46%). Kelompok ini mendominasi komposisi responden dan menunjukkan bahwa wisatawan paruh baya merupakan segmen terbesar pengunjung Selecta. Selanjutnya, kelompok usia  $\geq 50$  tahun juga cukup besar yaitu 19 orang (38%), yang mengindikasikan bahwa destinasi ini banyak diminati oleh wisatawan usia dewasa lanjut, kemungkinan karena suasana yang tenang dan bernuansa rekreasi keluarga. Sementara itu, responden usia 30–39 tahun berjumlah 7 orang (14%), yang menggambarkan keterlibatan wisatawan usia produktif namun persentasenya lebih kecil dibanding kelompok usia di atasnya. Kelompok usia 20–29 tahun hanya berjumlah 1 orang (2%), dan tidak terdapat responden pada usia  $< 20$  tahun (0%). Secara keseluruhan, distribusi ini menunjukkan bahwa Hotel Selecta lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan dewasa dan keluarga.

## Hasil Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

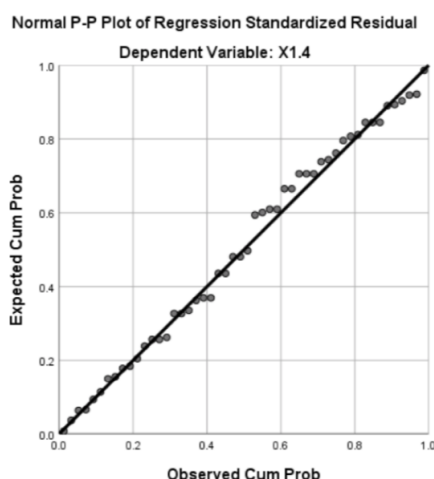
Uji validitas merupakan tahap penting dalam pengujian instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan akurat. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data yang sesuai dengan kenyataan dan konsep teoritis yang menjadi dasar penelitian. Uji validitas umumnya dilakukan dengan cara mengorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel menggunakan teknik korelasi, seperti Product Moment Pearson.

### b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari batas minimum 0,70, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,861, variabel fasilitas (X2) sebesar 0,805, variabel harga (X3) sebesar 0,927, dan variabel kepuasan menginap (Y) sebesar 0,938. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam setiap variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya dan layak digunakan untuk pengumpulan data serta analisis lebih lanjut karena mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data P-P Plot



### Gambar 1. Tabel Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Hasil uji normalitas terhadap model regresi linear menggunakan grafik Normal P-P Plot. Plot terlihat mengikuti garis diagonal secara cukup konsisten, meskipun ada sedikit deviasi di bagian ujung. Berdasarkan pola P-P Plot ini, data residual tampak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Linieritas

Berdasarkan tabel Coefficients pada uji linieritas, dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kepuasan menginap bersifat linier dan layak dianalisis menggunakan model regresi linier. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance masing-masing variabel independen yang berada di atas 0,10 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang berada di bawah 10, sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas dan hubungan antar variabel masih berada dalam batas linier. Selain itu, variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan menginap dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 ( $< 0,05$ ), sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,164 dan 0,991, yang menunjukkan pengaruhnya tidak signifikan secara parsial. Dengan demikian, secara umum model regresi memenuhi asumsi linieritas dan dapat digunakan untuk analisis.

#### c. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1                         | (Constant)         | 43.320                      | 88.422     |                           | .490  |
|                           | Kualitas_Pelayanan | .313                        | .221       | .222                      | 1.415 |
|                           | Fasilitas          | .565                        | .197       | .430                      | 2.868 |
|                           | Harga              | -.002                       | .204       | -.002                     | -.011 |
| Sig.                      |                    |                             |            |                           |       |
|                           | (Constant)         |                             |            |                           | .627  |
|                           | Kualitas_Pelayanan |                             |            |                           | .164  |
|                           | Fasilitas          |                             |            |                           | .006  |
|                           | Harga              |                             |            |                           | .991  |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Menginap

Variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan menginap dengan nilai konstantan 43,320, yang berarti variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan menginap.

- 1) Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,313 artinya jika variabel kualitas pelayanan dinaikkan 1 satuan maka variabel kepuasan menginap naik sebesar 0,313.
- 2) Koefisien fasilitas sebesar 0,565 artinya jika variabel fasilitas dinaikkan 1 satuan maka variabel kepuasan menginap naik sebesar 0,565.
- 3) Koefisien harga sebesar -0,002 artinya jika variabel harga dinaikkan 1 satuan maka variabel kepuasan menginap turun sebesar 0,002.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                            |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficient s | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                       |      |
| 1                         | (Constant)         | 10.859                      | 58.183     |                            | .187 |
|                           | Kualitas_Pelayanan | .091                        | .146       | .116                       | .623 |
|                           | Fasilitas          | -.122                       | .130       | -.167                      | .353 |
|                           | Harga              | .079                        | .134       | .120                       | .588 |

a. Dependent Variable: ABS\_Res

Berdasarkan pengujian melalui Uji Heteroskedastisitas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig.) pada masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,536, fasilitas sebesar 0,353, dan harga sebesar 0,560, yang seluruhnya lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Pengujian ini menggunakan variabel dependen ABS\_Res (nilai absolut residual), sehingga apabila nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap residual. Dengan demikian, varians residual dalam model regresi bersifat konstan dan model telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

### Pengujian Hipotesis Uji t

**Tabel 3. Hasil Uji t**

| Coefficients <sup>a</sup>   |        |            |                           |       |      |
|-----------------------------|--------|------------|---------------------------|-------|------|
| Unstandardized Coefficients |        |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model                       | B      | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1 (Constant)                | 43.320 | 88.422     |                           | .490  | .627 |
| Kualitas_Pelayanan          | .313   | .221       | .222                      | 1.415 | .164 |
| Fasilitas                   | .565   | .197       | .430                      | 2.868 | .006 |
| Harga                       | -.002  | .204       | -.002                     | -.011 | .991 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Menginap

- Kualitas pelayanan t-hitung sebesar 1,415 > t-tabel sebesar 2,010 dan nilai signifikan 0,164 > 0,05. Maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan menginap namun tidak signifikan.
- Fasilitas t-hitung sebesar 2,868 > t-tabel sebesar 2,010 dan nilai signifikan 0,006 > 0,05. Maka fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan menginap.
- Harga t-hitung sebesar -0,011 < t-tabel sebesar 2,010 dan nilai signifikan 0,991 > 0,05. Maka harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan menginap.

### Pengujian Hipotesis Uji F

**Tabel 4. Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |  |                |    |             |       |
|--------------------|--|----------------|----|-------------|-------|
| Model              |  | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     |
| 1 Regression       |  | 43936.952      | 3  | 14645.651   | 7.086 |
| Residual           |  | 95075.548      | 46 | 2066.860    |       |
| Total              |  | 139012.500     | 49 |             |       |

Dependent Variable: Kepuasan\_Menginap  
Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Kualitas\_Pelayanan

Berdasarkan Uji F yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menginap. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 7,086 dengan tingkat signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan menginap dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian

ini layak dan mampu menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan.

### Uji Determinan

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh dari perbandingan antara jumlah kuadrat regresi (Sum of Squares Regression) dengan jumlah kuadrat total (Total Sum of Squares).  $SSR$  (Regression) = 43.936,952  $SST$  (Total) = 139.012,500

Nilai  $R^2$  sebesar 0,316 menunjukkan bahwa 31,6% variasi kepuasan menginap dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga, sedangkan 68,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti.

### 5. Penutup

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana kualitas pelayanan, fasilitas dan harga apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Selecta. Maka dapat disimpulkan bahwa : Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Hotel Selecta. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan konsumen Hotel Selecta. Sedangkan Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan menginap di Hotel Selecta. Sedangkan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Selecta.

Nilai koefisien determinasi sebesar 31,6% menunjukkan bahwa masih terdapat 68,4% faktor lain di luar model penelitian yang mempengaruhi kepuasan menginap. Implikasi akademis dari temuan ini adalah terbukanya peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain, seperti lokasi hotel, citra merek, promosi, pengalaman pelanggan, atau kualitas lingkungan sekitar. Dengan memperluas variabel penelitian, diharapkan model yang dikembangkan dapat memiliki daya jelas yang lebih tinggi dan memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap kajian kepuasan pelanggan di industri perhotelan.

Beberapa saran dari peneliti setelah melakukan penelitian ini sebagai berikut : 1) Manajemen Hotel Selecta disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas dan kelengkapan fasilitas hotel, baik fasilitas kamar maupun fasilitas umum, serta melakukan perawatan secara rutin agar tetap nyaman, aman, dan sesuai dengan harapan konsumen. 2) Hotel Selecta perlu menyesuaikan fasilitas dengan kebutuhan tamu, seperti peningkatan kenyamanan kamar, kebersihan area hotel, serta optimalisasi fasilitas rekreasi dan keamanan, karena fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menginap. 3) Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, manajemen tetap perlu menjaga standar pelayanan melalui pelatihan berkala, peningkatan profesionalisme staf, serta sikap ramah dan responsif terhadap tamu. 4) Manajemen disarankan untuk mempertahankan harga yang kompetitif, stabil, dan transparan, serta memastikan kesesuaian antara harga dengan fasilitas dan manfaat yang diterima oleh konsumen guna menjaga kepercayaan pelanggan. 5) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga, seperti lokasi, citra merek, promosi, dan pengalaman pelanggan, agar model penelitian lebih komprehensif. 6) Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode pengumpulan data lain, seperti wawancara mendalam atau observasi, untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan mendalam.

### Daftar Pustaka

Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal EMAS*, 3(3), 217–230. <https://doi.org/10.30388/emas.v3i3.4087>

- Asep Dedy, & 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.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483–491.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-15). Erlangga.
- Kuncoro Sakti, F., & Friantin, S. H. E. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Hotel Atina Graha Kota Surakarta). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2).
- Lovelock, Christopher, & Wright, Lauren. (2007). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-2). PT Indeks.
- 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 1–11.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Edisi ke-4). Salemba Empat.
- Natasya, C., Rosyadi, J. A., Deograsias, J. S., & Ferdinand, Y. Y. (2024). Pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 24(2), 231–237.
- Nurchahyo, R., Fitriyani, A., & Hudda, N. (2017). The influence of lean manufacturing on manufacturing performance and business performance in Indonesia manufacturing industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 277(1), 012098. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/277/1/012098>
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasetio, A. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-3). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Andi.
- Zeithaml, Valarie A., & Bitner, Mary Jo. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed.). McGraw-Hill/Irwin.