

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL BINTANG 3 DI INDONESIA

Christine Eiffellyn Widjaya¹, Maria Claudia Sunur²

¹²Program Hotel Management, Program Studi Manajemen School of Business and Management,
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia
Email: ¹d11200037@john.petra.ac.id; ²d11200368@john.petra.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the influence of service quality on guest satisfaction at 3 star hotels in Indonesia. The variables used in this research are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The type of this research is causal qualitative using descriptive analysis technique and multiple linear regression. Data collection in this research was obtained through questionnaires and processed using SPSS software version 29. Questionnaires were distributed and there were 188 respondents who met the criteria of the sample. The results of this research show that tangible, responsiveness, and empathy variables have a positive and significant influence on guest satisfaction.

Keywords: Service quality, guest satisfaction, 3 star hotel.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal dengan menggunakan teknik analisa deskriptif dan regresi linier berganda. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapat melalui kuesioner dan diolah menggunakan *software* SPSS versi 29. Kuesioner disebarikan dan terdapat 188 responden yang memenuhi syarat sampel penelitian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, daya tanggap, dan empati yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

Kata Kunci: Kualitas layanan, kepuasan tamu, hotel bintang 3.

PENDAHULUAN

Banyak sektor yang dapat mempengaruhi dunia pariwisata, salah satunya yaitu industri perhotelan. Industri perhotelan sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan pariwisata. Industri ini sempat mengalami penurunan saat pandemi Covid-19, kemudian semenjak tahun 2022 yang lalu, industri perhotelan menjadi salah satu bisnis yang keadaanya mulai membaik. Menurut Colliers Satria Wei, selaku Direktur Layanan Perhotelan, prospek bisnis perhotelan pada tahun 2023 ini telah kembali membaik seperti sebelum terjadinya pandemi dan jika perekonomian tetap stabil, bisnis ini bahkan bisa melampaui kondisi tahun 2019 (Angela, 2023).

Dalam menjalankan bisnis di industri perhotelan, penting bagi manajemen hotel untuk memenuhi kepuasan tamunya. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor dalam memenuhi kepuasan tamu. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai persepsi, ekspektasi, kepuasan, sikap, dan kesenangan tamu, sedangkan kepuasan tamu dapat diartikan sebagai upaya memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Tjiptono & Chandra, 2019). Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad, Ahmad, & Papastathopoulos (2019), meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu pada *Small and Medium Sized Hotels* (SMSHs) di United Arab Emirates (UAE), terdapat lima dimensi kualitas layanan yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut. Kelima dimensi tersebut adalah *tangible* yaitu bukti fisik seperti kondisi hotel, fasilitas hotel, dan penampilan karyawan, *responsiveness* yaitu bagaimana kecepatan karyawan hotel memberikan layanan, *reliability* yaitu bagaimana karyawan

hotel dapat diandalkan, *assurance* yaitu bagaimana karyawan hotel memberikan rasa aman pada tamu, dan *empathy* yaitu perhatian yang diberikan karyawan hotel. Penelitian melibatkan 253 tamu yang pernah menginap di *Small and Medium Sized Hotels* dengan bintang 1 sampai 3 di United Arab Emirates. Pengumpulan data pada penelitian tersebut menggunakan kuesioner dan ada 15 tamu yang diwawancarai secara langsung. Hasil menunjukkan tiga dari lima dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, daya tanggap, dan jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Ahmad et al., (2019) adalah variabel serta indikator yang digunakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Ahmad et al., (2019) terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di hotel bintang 3 di Indonesia, sedangkan penelitian terdahulu meneliti tamu yang menginap di *Small and Medium Sized Hotels* dengan bintang 1 sampai 3 di United Arab Emirates.

Alasan penelitian ini menggunakan hotel bintang 3 di Indonesia sebagai objek penelitian adalah karena sampai tahun 2022, hotel bintang 3 merupakan hotel berbintang yang pertumbuhannya paling menonjol di antara hotel berbintang lainnya (Putri, 2023). Alasan berikutnya yaitu dari data yang diambil pada tahun 2022 di Jakarta, hotel bintang 3 merupakan hotel yang jumlah tamunya paling banyak (Shaid, 2022). Peneliti juga telah melakukan observasi pada ulasan-ulasan *online* untuk hotel-hotel bintang 3 di Indonesia, terdapat komentar-komentar positif maupun negatif terkait dengan kualitas layanan yang diberikan oleh hotel bintang 3. Hal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk ingin meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing dari dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia dan dimensi mana yang memiliki pengaruh paling dominan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan menjadi tambahan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bekerja di industri perhotelan agar dapat memenuhi kepuasan tamu hotel.

TEORI PENUNJANG

Kualitas Layanan

Kualitas layanan telah menjadi topik penelitian yang telah berkembang sejak 1980-an. Kualitas layanan memiliki kontribusi secara signifikan untuk menciptakan perbedaan, *positioning*, dan strategi bersaing, baik untuk perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Kualitas dapat diartikan dalam dua persepsi, yaitu internal dan eksternal. Perspektif internal mengartikan kualitas sebagai *zero defect (doing it right the first time)*, sedangkan perspektif eksternal, kualitas dipahami berdasarkan persepsi, ekspektasi, kepuasan, sikap, dan kesenangan tamu (Tjiptono & Chandra, 2019). Menurut Bitner, Booms, dan Mohr (1994) dalam Gunarathne (2014), kualitas layanan dapat diartikan sebagai kesan keseluruhan dari tamu baik itu kelemahan maupun kelebihan yang dimiliki oleh organisasi dan layanan yang disediakan. Dalam industri perhotelan, layanan merupakan interaksi secara langsung dengan tamu, sehingga menyebabkan kepuasan tamu dapat menjadi replikasi dari kualitas layanan pada hotel (Gunarathne, 2014).

Penelitian yang dilakukan Ahmad et al., (2019) kualitas layanan dibagi menjadi lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. kelima dimensi tersebut dapat menjadi faktor untuk mengukur kualitas layanan dalam penelitian yang dilakukan.

Bukti Fisik (*Tangible*)

Menurut Ahmad et al., (2019), bukti fisik merupakan salah satu faktor yang penting dalam kualitas layanan. Pihak hotel perlu untuk memastikan bahwa hotel tidak hanya memiliki penampilan fisik yang menarik dengan peralatan yang *up to date*, bersih, dan nyaman, namun hotel juga perlu memperhatikan hal-hal dasar seperti apakah fasilitas-fasilitas yang disediakan telah berfungsi dengan baik. Menurut Kwatak, Samuel, & Soputan (2023) bukti fisik merupakan dimensi yang berkaitan dengan tampilan fisik yang dapat dilihat, diraba, maupun dicium langsung oleh tamu. Bukti fisik

mengacu pada penampilan lingkungan, fasilitas, peralatan, personel dan cara berkomunikasi. Dimensi ini menciptakan kesan pertama bagi tamu (Gunarathne, 2014).

Keandalan (*Reliability*)

Menurut Gunarathne (2014), keandalan mengacu pada bagaimana perusahaan melakukan dan menyelesaikan layanan yang dijanjikan, kualitas dan akurasi dalam persyaratan yang ditetapkan antara perusahaan dan pelanggan. Layanan yang diberikan oleh staf hotel harus diselesaikan tepat waktu, selalu dengan cara yang sama, dan tanpa adanya kesalahan. Menurut Ahmad et al., (2019) dimensi ini merupakan faktor penentu paling penting dalam persepsi kualitas layanan. Pihak hotel perlu memastikan bahwa setiap kontak yang dilakukan dengan tamu dapat memberikan tamu pengalaman yang positif.

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu pengunjung dan memberikan pelayanan yang cepat sesuai kebutuhan. Staf yang berada di garis depan sering menjadi pihak yang bertanggungjawab dalam menyediakan layanan dan berhadapan dengan komplain, oleh karena itu pihak tersebut harus selalu ada saat dibutuhkan, memberikan perhatian individu, menanggapi kebutuhan tamu, dan memiliki pengetahuan yang cukup sehingga dapat menjawab pertanyaan dari tamu (Ahmad et al., 2019). Daya tanggap mengacu pada kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang cepat dan berkualitas dalam periode waktu tertentu (Zygiaris et al., 2022). Daya tanggap juga merupakan hal yang berhubungan dengan bagaimana staf dapat memberikan bantuan terhadap tamu secara cepat dan tepat serta bagaimana para staf dapat memberikan pengalaman memuaskan bagi para tamu saat menginap di hotel. Sangat penting bagi para staf untuk memiliki kemauan untuk membantu tamu dan menyediakan layanan yang baik (Rao & Sahu, 2013).

Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuannya dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Pihak hotel perlu untuk mengerti kebutuhan tamu, mencoba untuk menyediakan layanan tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan (Ahmad et al., 2019). Menurut Rao & Sahu (2013) jaminan merupakan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf untuk membangun rasa kepercayaan tamu. Hal ini termasuk staf hotel dapat dipercaya dan bertanggungjawab dalam menangani pengeluaran atau uang dari tamu. Menurut Zygiaris et al., (2022), jaminan juga dapat diartikan sebagai keterampilan serta kompetensi yang digunakan dalam memberikan layanan terhadap tamu. Penting bagi bisnis untuk memahami kebutuhan tamu untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan yang dapat berdampak pada kesetiaan pelanggan (Ong et al., 2022)

Empati (*Empathy*)

Empati berkaitan dengan kepedulian, perhatian dan layanan secara pribadi yang diberikan kepada tamu. Empati membuat pihak hotel dapat melihat masalah dari sudut pandang lain dan memposisikan diri sebagai tamu, dengan begitu pihak hotel dapat menyediakan layanan yang cepat dan sensitif terhadap permintaan dan komplain dari tamu (Ahmad et al., 2019). Menurut Zygiaris et al., (2022), empati mengacu pada kualitas perhatian individual yang diberikan kepada tamu. Murray et al., (2019) menjelaskan bahwa empati memerlukan visualisasi kebutuhan tamu dengan menempatkan diri pada posisi mereka.

Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu merupakan salah satu alat yang penting untuk kesuksesan perusahaan. Menurut Tjiptono & Chandra (2019), kepuasan dapat diartikan sebagai upaya memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Kepuasan tamu merupakan filosofi dalam bisnis untuk menciptakan nilai bagi tamu, mengantisipasi, mengelola harapan, dan menunjukkan kemampuan serta tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan tamu. Kepuasan tamu juga dapat mengacu pada tingkat kepuasan yang diungkapkan oleh tamu setelah menerima proses layanan (Zygiaris et al., 2022). Menurut Lovelock dan Wirtz (2016) dalam Kawatak et al., (2023), wajib bagi suatu usaha untuk dapat memenuhi kepuasan tamu karena hal tersebut dapat menciptakan kepercayaan tamu akan usaha tersebut. Dalam memenuhi kepuasan tamu, penting agar pihak hotel menyadari dan mengantisipasi kebutuhan tamu serta dapat memuaskan tamu. Kualitas layanan dan kepuasan tamu menjadi faktor kunci dalam mendapatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan tamunya (Gunarathne, 2014). Menurut Ahmad et al., (2019), dari beberapa studi menemukan bahwa kepuasan tamu Asia secara keseluruhan berasal dari faktor nilai, sedangkan bagi tamu negara Barat kepuasan dipengaruhi oleh kualitas kamar dan menganggap kualitas layanan menjadi faktor yang paling penting.

Hubungan Bukti Fisik dengan Kepuasan Tamu

Menurut Delgado dan Ballester (2004) dalam Gunarathne (2014), bukti fisik dapat membentuk kesan pertama bagi tamu. Manajemen hotel pasti ingin tamunya untuk mendapatkan kesan pertama yang unik dan tidak terlupakan. Hal tersebut dapat membuat tamu memiliki keinginan untuk kembali pada hotel tersebut. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait bukti fisik maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu (Markovic & Jankovic, 2013).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) menunjukkan hasil bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. Pada penelitiannya, terdapat hasil bahwa tamu paling puas dengan fasilitas hotel yang berfungsi dengan baik. Hasil dengan pengaruh positif serta signifikan juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Gunarathne (2014), Markovic & Jankovic (2013), dan Kawatak et al., (2023). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rao dan Sahu (2013) juga menunjukkan bahwa bukti fisik merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Maka dari itu, dapat dibuat hipotesis seperti:

H1. Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

H6. Bukti fisik merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Hubungan Keandalan dengan Kepuasan Tamu

Menurut Delgado dan Ballester (2004) dalam Gunarathne (2014), keandalan sama pentingnya dengan menciptakan kesan pertama, karena tamu ingin staf hotel yang dapat diandalkan dan dapat memenuhi kepuasan tamu. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait keandalan maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu (Markovic & Jankovic, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Gunarathne (2014) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keandalan dengan kepuasan tamu hotel. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Kawatak et al., (2023). Hasil dari penelitian-penelitian tersebut dapat membentuk hipotesis:

H2. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Hubungan Daya Tanggap dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Delgado dan Ballester (2004) dalam Gunarathne (2014), daya tanggap juga menjadi faktor yang penting dalam kepuasan tamu karena tamu akan merasa lebih dihargai ketika menerima kualitas layanan yang terbaik dengan respon yang cepat. Menurut Nambisal et al., (2016), daya tanggap sangat penting untuk meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas layanan. Pada penelitiannya, daya tanggap dirangkul menjadi empat tindakan utama, yaitu memberikan perhatian secara individu terhadap tamu, memberikan layanan yang cepat, aktif membantu tamu, dan ketersediaan karyawan saat diperlukan. Aspek-aspek ini membantu perusahaan untuk meningkatkan persepsi tamu akan kualitas layanan.

Penelitian yang dilakukan Ahmad et al., (2019) dan Gunarathne (2014) menunjukkan daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. Pada jurnal yang ditulis oleh Ahmad et al., (2019) juga menyatakan bahwa ketanggapan serta inisiatif staf hotel sangat dihargai oleh tamu hotel dalam membangun kepuasan tamu. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rao dan Sahu (2013) dan Kawatak et al., (2023) juga menunjukkan adanya pengaruh dari daya tanggap terhadap kepuasan tamu. Dari penelitian tersebut dapat dibentuk hipotesis:

H3. Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Hubungan Jaminan dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Delgado dan Ballester (2004) dalam Gunarathne (2014), jaminan mengacu pada staf hotel. Jika tamu tidak merasa nyaman dengan staf, maka akan besar kemungkinan tamu tidak ingin kembali menginap di hotel tersebut. Staf harus menunjukkan sifat profesional saat berkomunikasi dengan tamu dan bersikap responsif ketika terjadi hal darurat (Ong et al., 2022). Menurut Wu et al., (2015), kemampuan dan kompetensi staf membantu dalam menciptakan keyakinan dan kepercayaan pada tamu, dimana pada akhirnya akan membangun rasa aman dan nyaman dalam proses memberikan layanan. Kemungkinan besar tamu akan kembali mengunjungi tempat yang stafnya dapat dipercaya dalam melakukan tugasnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) menunjukkan bahwa jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. Pada penelitiannya, tamu merasa paling puas dengan saran tur yang diberikan oleh hotel. Tamu menghargai berbagai saran yang baik yang dari pihak hotel karena hal tersebut karena dapat membantu tamu untuk memaksimalkan kunjungannya ke kota. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rao dan Sahu (2013) dengan hasil bawa jaminan menjadi dimensi tertinggi dalam meningkatkan ekspektasi kepuasan tamu di hotel. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Kawatak et al., (2023) menunjukkan hasil adanya pengaruh jaminan terhadap kepuasan tamu. Dari penelitian tersebut dapat dibentuk hipotesis:

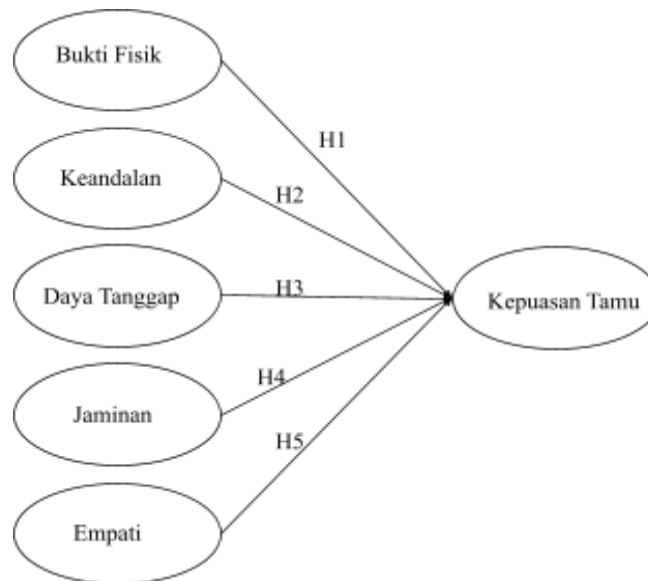
H4. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Hubungan Empati dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Delgado dan Ballester (2004) dalam Gunarathne (2014), jika setiap pribadi tamu merasa mendapatkan perhatian secara individual serta berkualitas, maka besar kemungkinan tamu mau kembali menginap di hotel tersebut. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait empati maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu (Markovic & Jankovic, 2013). Menurut Ong et al., (2022), tamu merasa dihormati ketika perusahaan memperhatikan kepentingan tamu dan memberikan perhatian secara individu terhadap tamu. Perusahaan perlu untuk menempatkan diri sebagai tamu dan mengerti kebutuhan tamu untuk dapat menunjukkan empati terhadap tamu.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunarathne (2014) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara empati dengan kepuasan tamu hotel. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian lainnya yang dilakukan Rao dan Sahu (2013) dan Kawatak et al., (2023). Menurut Ahmad et

al., (2019), menunjukkan empati dapat membuat tamu merasa dihargai, empati yang buruk dapat menimbulkan komunikasi yang buruk antara tamu dan pihak hotel. Maka, dapat dibuat hipotesis:
H5. Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal, dimana datanya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, salah satu teknik *non-probability sampling*, dimana terdapat ciri-ciri khusus dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Kriteria dari sampel ini adalah minimal berusia 17 tahun dan pernah menginap di hotel bintang 3 di Indonesia dalam waktu 6 bulan terakhir (April 2023-Oktober 2023).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebarkan dengan bantuan *google form*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dan *onsite*. Kuesioner menggunakan metode *close-ended question* yaitu pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan oleh peneliti dan skala *likert* dimana responden diminta untuk memberikan penilaian 1-5 terhadap beberapa pernyataan pada kuesioner.

Pada proses pengumpulan data, peneliti melakukan *pilot test* dengan menyebarkan 30 kuesioner dengan tingkat kesalahan sampel 10% dan diolah menggunakan software SPSS versi 29. Uji yang dilakukan pada *pilot test* tersebut terdiri dari uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heterokedasitas, dan autokorelasi. Setelah uji tersebut memenuhi syarat, kuesioner lanjut disebarkan hingga total kuesioner yang disebarkan sejumlah 247 dengan 188 responden yang memenuhi kriteria sampel. Data yang didapat dari penelitian ini diolah dengan metode regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS versi 29. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad, et al., (2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Profil Responden

Tabel 1
Profil Responden

	Frekuensi (N=188)	%		Frekuensi (N=188)	%
Jenis Kelamin			Terakhir Menginap dengan		
Laki-laki	71	37.8	Siapa		
Perempuan	117	62.2	Teman	57	30.3
Usia			Keluarga	104	55.3
17-25	98	52.1	Sendiri	24	12.8
26-35	59	31.4	Rekan kerja	1	0.5
36-45	17	9	Pasangan	2	1.1
46-59	14	7.4	Frekuensi Menginap di		
>60	0	0	Hotel dalam 1 Tahun		
Pendidikan Terakhir			1 kali	34	18.1
Tidak sekolah	1	0.5	2-4 kali	100	53.2
Sekolah dasar	1	0.5	5-7 kali	41	21.8
SMP/MTS	0	0	>7 kali	13	6.9
SMA/MA/SMK	84	44.7	Durasi Terakhir Menginap		
Sarjana	94	50	1-3 malam	136	72.3
Pasca sarjana	8	4.3	4-6 malam	39	20.7
Pendapatan/Bulan			7-9 malam	7	3.7
<Rp5.000.000	78	41.5	>9 malam	6	3.2
Rp5.000.001 - Rp10.000.000	78	41.5	Tipe Kamar		
Rp10.000.001 - Rp15.000.000	14	7.4	Standar Room	83	44.1
Rp15.000.001 - Rp20.000.000	6	3.2	Superior Room	51	27.1
>Rp20.000.001	12	6.4	Deluxe Room	31	16.5
Rata-rata Pengeluaran Saat			Twin Room	23	12.2
Menginap di Hotel Bintang 3			Tujuan Menginap		
di Indonesia			Wisata	155	82.4
<Rp500.000	41	21.8	Bisnis	28	14.9
Rp500.001 - Rp1.000.000	89	47.3	Acara	1	0.5
Rp1.000.001 - Rp1.500.000	36	19.1	Kepentingan keluarga	2	1.1
>Rp1.500.001	22	11.7	Kegiatan kampus	1	0.5
			Konser	1	0.5

Selain yang tertera pada tabel 1, peneliti juga menanyakan kota terakhir yang menjadi kota tempat responden menginap di hotel bintang 3. Kota yang menjadi mayoritas tempat responden menginap adalah Malang, yaitu sebesar 11.7%, kemudian diikuti oleh Bali, Jakarta, dan Yogyakarta, yaitu sebesar 10.1%.

Analisa Data Deskriptif

Tabel 2
Tanggapan Responden Tiap Variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Tamu

Indikator	Mean	Std. Deviation
Bukti Fisik (X1)	4.02	.766
X1.1. Hotel bintang 3 di Indonesia memiliki bangunan dan fasilitas fisik yang menarik secara visual	3.95	.769
X1.2. Hotel bintang 3 di Indonesia memiliki peralatan yang terlihat modern (AC, lift, dll)	4.11	.748
X1.3. Suasana hotel bintang 3 di Indonesia nyaman untuk ditinggali (kasur, sofa, kamar)	4.05	.737
X1.4. Peralatan di hotel bintang 3 di Indonesia terawat dengan baik (handuk, dispenser sabun, dll)	3.95	.816
X1.5. Fasilitas hotel bintang 3 di Indonesia berfungsi dengan baik	4.02	.763
Keandalan (X2)	4.05	.741
X2.1. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	4.11	.673
X2.2. Hotel bintang 3 di Indonesia memberikan layanan yang fleksibel sesuai dengan permintaan tamu	4.02	.753
X2.3. Staf hotel bintang 3 di Indonesia dapat diandalkan dalam menangani komplain tamu	3.96	.800
X2.4. Staf hotel bintang 3 di Indonesia dapat memberikan layanan dengan benar pada kali pertama	4.11	.731
X2.5. Hotel bintang 3 mampu menyelesaikan masalah dan bekerja sama dengan tamu	4.00	.731
X2.6. Staf hotel bintang 3 terampil dalam melakukan tugasnya	4.11	.760
Daya Tanggap (X3)	4.03	.815
X3.1. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memberikan layanan secara efisien dan cepat	4.00	.859
X3.2. Staf hotel bintang 3 di Indonesia selalu siap ketika dibutuhkan	3.97	.833
X3.3. Staf hotel bintang 3 di Indonesia selalu memperlakukan tamu dengan ramah	4.18	.708
X3.4. Staf hotel bintang 3 di Indonesia membuat tamu merasa sebagai orang yang penting	4.01	.881
X3.5. Staf hotel bintang 3 di Indonesia merespon secara efektif terhadap komplain	3.99	.794
Jaminan (X4)	4.02	.828
X4.1. Staf hotel bintang 3 di Indonesia menumbuhkan rasa percaya tamu dengan menjaga privasi tamu	4.15	.769
X4.2. Hotel bintang 3 di Indonesia menjamin keamanan di seluruh hotel (<i>sprinkle, alarm, emergency exit</i> , dan hal lain yang berhubungan dengan keselamatan tamu)	4.13	.791
X4.3. Staf hotel bintang 3 di Indonesia bersikap sopan, profesional, dan ramah	4.14	.728
X4.4. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memiliki pengetahuan mendalam akan pekerjaannya	4.03	.804
X4.5. Staf hotel bintang 3 di Indonesia menyediakan saran untuk tur bagi tamu	3.63	1.049

Indikator	Mean	Std. Deviation
Empati (X5)	4.00	.796
X5.1. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memberikan perhatian kepada tamu sehingga tamu merasa spesial	3.97	.877
X5.2. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memahami kebutuhan khusus tamu (tamu disabilitas, membawa anak kecil, lansia)	3.87	.858
X5.3. Waktu layanan yang disediakan hotel bintang 3 di Indonesia nyaman bagi tamu (tidak mengganggu istirahat tamu)	4.12	.722
X5.4. Kemudahan bagi tamu untuk mengakses hotel bintang 3 di Indonesia (kendaraan, akses ke hotel, tempat parkir, dll)	4.07	.791
X5.5. Staf hotel bintang 3 di Indonesia memiliki aturan yang fleksibel terhadap tamu	3.94	.792
X5.6. Staf hotel bintang 3 di Indonesia menginspirasi kepercayaan dan keyakinan	4.06	.740
Kepuasan Tamu (Y)	4.10	.748
Y.1. Saya puas dengan keputusan saya untuk menginap di hotel bintang 3 di Indonesia	4.14	.711
Y.2. Pilihan saya memilih hotel bintang 3 di Indonesia sebagai penyedia jasa adalah hal yang bijak	4.05	.726
Y.3. Saya berpikir saya telah melakukan hal yang benar ketika memilih untuk menginap di hotel bintang 3 di Indonesia	4.05	.755
Y.4. Saya merasa pengalaman menginap di hotel bintang 3 di Indonesia menyenangkan	4.09	.762
Y.5. Nilai yang saya keluarkan untuk menginap di hotel bintang 3 di Indonesia sepadan dengan apa yang saya dapatkan	4.16	.787

Berdasarkan hasil dari tabel 2, indikator yang memiliki nilai *mean* tertinggi adalah “staf hotel bintang 3 di Indonesia selalu memperlakukan tamu dengan ramah,” dengan nilai 4.18, yang berarti mayoritas responden menganggap bahwa staf hotel bintang 3 di Indonesia telah memperlakukan tamu dengan ramah. Sedangkan, indikator “staf hotel bintang 3 di Indonesia menyediakan saran untuk tur bagi tamu,” menjadi indikator dengan nilai *mean* terendah, yaitu 3.63. Nilai tersebut masuk dalam kategori baik yang berarti mayoritas responden menganggap staf hotel bintang 3 di Indonesia telah menyediakan saran untuk tur bagi tamu dengan baik namun hal tersebut masih dapat untuk ditingkatkan lagi.

Nilai standar deviasi pada tabel 2 menunjukkan penyimpangan yang didapat dari akar kuadrat rata-rata jumlah kuadrat deviasi antar masing-masing nilai dengan rata-ratanya. Arti dari nilai ini adalah jika standar deviasinya relatif besar maka data yang digunakan memiliki sebaran atau variabilitas yang tinggi (Malhotra et al., 2017). Sehingga dapat dilihat bahwa indikator “staf hotel bintang 3 di Indonesia memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan,” memiliki sebaran paling rendah dengan nilai standar deviasi 0.673 dan indikator “staf hotel bintang 3 di Indonesia menyediakan saran untuk tur bagi tamu,” memiliki sebaran paling tinggi dengan nilai standar deviasi 1.049.

Uji Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk menguji apakah data yang dimiliki sudah valid atau belum. Hasil penelitian yang dilakukan pada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam setiap variabel, baik variabel independen maupun dependen adalah valid. Hal ini dilihat dari nilai signifikan yang kurang dari 0.05 (Ghozali, 2012).

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Bukti Fisik (X1)	0.780
Keandalan (X2)	0.820
Daya Tanggap (X3)	0.874
Jaminan (X4)	0.780
Empati (X5)	0.814
Kepuasan Tamu (Y)	0.891

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi dari suatu hasil pengukuran. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini diatas 0.60 (Santosa & Ashari, 2005), sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur berupa kuesioner yang digunakan reliabel. Hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa nilai instrumen memiliki tingkat keandalan yang memadai dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Tujuan penggunaan uji normalitas pada penelitian ini yaitu untuk melihat sebaran data tersebut berdistribusi normal apa tidak (Zahriyah et al., 2021). Dilihat dari nilai asymp. Sig. (2-tailed) > 0.005, yaitu 0.153, sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Tujuan uji multikolinieritas untuk melihat hubungan antara setiap variabel kualitas layanan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan tabel hasil uji, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan linear antara variabel-variabel bebas. Hal tersebut dilihat dari nilai *tolerance* > 0.1 dan VIF < 10.

Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik dengan mengamati Scatterplot. Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk melihat ada tidaknya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Berdasarkan grafik hasil uji, dapat disimpulkan bahwa adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Hal tersebut dilihat dari titik-titik sampel yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Watson. tujuan dilakukannya uji korelasi adalah untuk melihat apakah ada hubungan korelasi antar anggota observasi satu dengan observasi lain. Berdasarkan tabel hasil uji autokorelasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi pada penelitian ini.

Analisa Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Analisa Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.970	1.277		3.108	.002
	Bukti Fisik (X1)	.297	.073	.285	4.089	<.001
	Keandalan (X2)	.004	.081	.004	.048	.962
	Daya Tanggap (X3)	.203	.079	.226	2.568	.011
	Jaminan (X4)	-.010	.076	-.010	-.129	.897
	Empati (X5)	.273	.076	.315	3.587	<.001

Persamaan regresi linear berganda berdasarkan tabel:

$$Y = 3.970 + 0.297 X1 + 0.004 X2 + 0.203 X3 + (-0.010) X4 + 0.273 X5$$

Hasil dari analisa linear berganda menunjukkan bahwa, bukti fisik memiliki hubungan positif terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut berarti semakin baik variabel bukti fisik maka akan semakin meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Keandalan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut berarti semakin baik variabel keandalan maka akan semakin meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Daya tanggap memiliki hubungan positif terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut berarti semakin baik variabel daya tanggap maka akan semakin meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Jaminan memiliki hubungan negatif terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut berarti semakin baik variabel jaminan maka dapat menurunkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Empati memiliki hubungan positif terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut berarti semakin baik variabel empati maka akan semakin meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 5
Koefisien Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.500	1.902

Nilai R square pada tabel menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen (Sahid, 2021). Pada tabel diatas, hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 50% terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (Ghozali, 2016). Uji ini bertujuan untuk menunjukkan kelayakan model yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari uji ini juga dapat mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 6
Goodness of Fit

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	694.224	5	138.845	38.361	<.001 ^b
	Residual	658.728	182	3.619		
	Total	1352.952	187			

Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan dalam penelitian dengan nilai Sig. < 0.05, yaitu 0.01. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Sahid, 2019). Hasil uji t pada tabel 4 menunjukkan bahwa bukti fisik, daya tanggap, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia, dengan nilai t hitung > 1.653. Sedangkan keandalan dan jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia.

Pembahasan

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

Hasil analisa menunjukkan bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) yang menyatakan bahwa bukti fisik menjadi salah satu yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap kepuasan tamu. Pada hasil penelitian juga dapat dilihat bahwa bukti fisik merupakan dimensi paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rao dan Sahu (2013) di India yang menyatakan bukti fisik merupakan dimensi terkuat dalam mempengaruhi kepuasan tamu. Hasil yang ditemukan Markovic & Jankovic (2013) menyatakan semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait bukti fisik maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu. Dari keseluruhan indikator bukti fisik, tamu hotel bintang 3 di Indonesia paling puas dengan indikator “Hotel bintang 3 di Indonesia memiliki peralatan yang terlihat modern (AC, lift, dan lain-lain).”

Oleh karena itu, hipotesis pertama “Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” dinyatakan dan hipotesis keenam “Bukti fisik merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” dinyatakan diterima.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

Hasil analisa menunjukkan keandalan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019). Hasil yang ditemukan Markovic & Jankovic (2013) menyatakan semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait keandalan maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu, walaupun begitu, hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa keandalan tidak menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan tamu. Dari keseluruhan indikator keandalan, indikator “Staf hotel bintang 3 di Indonesia memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan”, “Staf hotel bintang 3 di Indonesia dapat memberikan layanan dengan benar pada kali pertama”, dan “Staf hotel bintang 3 terampil dalam melakukan tugasnya,” merupakan indikator yang tamu paling puas dengan hotel bintang 3 di Indonesia.

Oleh karena itu, hipotesis kedua “Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” tidak diterima. Kondisi ini didukung dengan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden, hal tersebut diakibatkan karena saat menginap di hotel 3, responden tidak memiliki harapan terlalu tinggi dalam keandalan yang dimiliki hotel bintang 3. Salah satu contohnya saat *check in*, kamar hotel belum siap (responden masih harus menunggu). Walaupun jika *check in* dilakukan tepat pada waktunya dapat meningkatkan kepuasan responden, keterlambatan *check in* bukan menjadi faktor yang utama dalam memenuhi kepuasan karena mayoritas responden berusia 17-25 tahun sehingga tidak merasa terlalu dirugikan jika harus menunggu sebentar. Berbeda responden dengan usia yang lebih tua, setelah melakukan perjalanan, responden berharap bisa langsung beristirahat setibanya di hotel, sehingga responden merasa keberatan jika harus menunggu.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

Hasil analisa menunjukkan daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hasil ini berarti semakin baik daya tanggap yang dimiliki hotel, maka kepuasan tamu hotel bintang 3 dapat meningkat. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019), yang menyatakan bahwa daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Dari keseluruhan indikator daya tanggap, tamu hotel bintang 3 di Indonesia paling puas dengan indikator “Staf hotel bintang 3 di Indonesia selalu memperlakukan tamu dengan ramah.”

Oleh karena itu, hipotesis ketiga “Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” dinyatakan diterima.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

Hasil analisa menunjukkan jaminan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hal ini berarti adanya peningkatan maupun penurunan pada dimensi jaminan tidak menjadi hal utama tamu dalam memutuskan kepuasannya. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) maupun Rao dan Sahu (2013) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara jaminan dan kepuasan tamu. Namun, hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gunarathne (2014). Dari seluruh indikator jaminan, tamu hotel bintang 3 di Indonesia paling puas dengan indikator “Staf hotel bintang 3 di Indonesia menumbuhkan rasa percaya tamu dengan menjaga privasi tamu.”

Oleh karena itu, hipotesis keempat “Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” dinyatakan tidak diterima. Kondisi ini didukung dengan wawancara yang dilakukan pada beberapa responden yang mayoritas jarang yang memperhatikan informasi-informasi mengenai adanya *alarm* maupun *emergency exit* pada hotel karena yang penting bagi para responden, yaitu tempat untuk beristirahat. Responden juga tidak terlalu membutuhkan adanya saran tur yang disediakan hotel karena kebanyakan responden sudah menentukan tujuannya sendiri-sendiri saat berlibur.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

Hasil analisa menunjukkan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019). Perbedaan hasil penelitian dapat disebabkan karena perbedaan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan di United Arab Emirates, masih terdapat banyak komplain mengenai akses hotel seperti tanda masuk ke hotel yang tidak jelas dan

kesusahan dalam parkir. Sedangkan dari wawancara yang dilakukan pada beberapa responden pada penelitian ini, terakhir saat menginap di hotel bintang 3 di Indonesia responden merasa akses menuju hotel seperti petunjuk jalan masuk dan tempat parkir sudah tersedia dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rao dan Sahu (2013). Hasil yang ditemukan Markovic & Jankovic (2013) menyatakan semakin baik kualitas layanan yang diberikan hotel terkait empati maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang akan dirasakan oleh tamu. Dari keseluruhan indikator empati, tamu hotel bintang 3 di Indonesia paling puas dengan indikator “Waktu layanan yang disediakan hotel bintang 3 di Indonesia nyaman bagi tamu (tidak mengganggu istirahat tamu).”

Oleh karena itu, hipotesis kelima “Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia,” dinyatakan diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, variabel bukti fisik dapat meningkatkan kepuasan tamu dan menjadi variabel yang paling menentukan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hal tersebut dapat disebabkan oleh responden memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap bukti fisik yang dimiliki oleh hotel bintang 3 di Indonesia, baik dari penampilan visual dari hotel tersebut hingga kenyamanan serta peralatan dan fasilitas yang dapat berfungsi dengan baik. Variabel daya tanggap juga menjadi variabel yang dapat meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Keramahan staf hotel terhadap tamu menjadi hal yang paling menonjol bagi responden dibandingkan indikator-indikator lainnya. Selain kedua variabel tersebut, variabel empati juga menjadi variabel yang dapat menentukan kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Mayoritas responden menganggap bahwa waktu layanan yang diberikan staf hotel nyaman dan tidak mengganggu waktu istirahat tamu.

Pada hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan jaminan bukan menjadi faktor yang dapat menentukan kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Hal tersebut terjadi karena responden tidak memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kedua variabel tersebut jika menyangkut dengan hotel bintang 3.

Saran

Saran untuk industri hotel, hotel bintang 3 di Indonesia dapat meningkatkan kualitas layanan yang berhubungan dengan dimensi bukti fisik karena bukti fisik memiliki pengaruh yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan tamu hotel bintang 3 di Indonesia. Dalam meningkatkan dimensi bukti fisik, pihak hotel dapat lebih meningkatkan visual dari bangunan serta fasilitas yang ada dan memperhatikan agar peralatan seperti handuk, dispenser sabun, dan lain-lain terawat dengan baik, Hotel bintang 3 di Indonesia juga dapat meningkatkan kualitas layanan yang berkaitan dengan dimensi empati yang merupakan dimensi kedua tertinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pemahaman staf hotel bintang tiga dalam memahami kebutuhan khusus tamu, seperti tamu disabilitas, tamu yang membawa anak kecil, dan tamu lansia. Terakhir, hotel bintang 3 di Indonesia dapat meningkatkan kualitas layanan yang berhubungan dengan dimensi daya tanggap. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kesiapan staf hotel bintang 3 saat dibutuhkan oleh tamu.

Selain saran bagi industri hotel, peneliti juga memiliki beberapa saran bagi penelitian selanjutnya karena terdapat beberapa batasan dalam penelitian ini. Saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu responden pada penelitian ini mayoritas berusia 17-25 tahun, namun masih terdapat beberapa responden dengan usia yang berbeda, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat lebih berfokus pada usia 17-25 tahun agar hasil penelitian dapat lebih detail, penelitian ini dilakukan hanya untuk hotel bintang 3 di Indonesia, sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada negara lain dengan budaya yang berbeda, penelitian ini hanya melihat pengaruh dari kelima dimensi kualitas layanan dan dari hasil yang didapat kualitas layanan hanya berpengaruh sebesar 50% terhadap kepuasan tamu, sehingga penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh

Widjaya: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang 3 di Indonesia

terhadap kepuasan tamu, seperti harga, kualitas produk, promosi, lokasi, sosial media (aktivitas, interaksi, dan konten).