

P-ISSN: 3047-3527, E-ISSN: 3047-7018
JURAMA, Vol. 3, No. 3, Agustus 2026
Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian
Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DI FRONT OFFICE DEPARTMENT DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI HOTEL HARPER MT. HARYONO JAKARTA

Cahya Nurhidaya^{1*}, Julian Andriani Putri²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Konsentrasi Manajemen Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata
Indonesia (STIEPARI) Semarang

Email: cahyanurhidaya09@gmail.com, julian.andriani@stiepari.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di *front office department* dan fasilitas terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 78 responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dari populasi tamu hotel periode Februari–April 2025. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu (t hitung 2,135 > t tabel 1,665; sig. 0,036), fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu (t hitung 7,505 > t tabel 1,665; sig. 0,000), dan kedua variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan tamu (F hitung 62,719 > F tabel 3,119; sig. 0,000) dengan kontribusi sebesar 62,6 persen. Fasilitas terbukti menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan tamu dibandingkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Tamu, Front Office, Hotel

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality in the *front office department* and facilities on the satisfaction of guests staying at Harper MT Hotel. Haryono Jakarta, both partially and simultaneously. The study used a descriptive quantitative approach with a survey method of 78 respondents determined through *purposive sampling* techniques from the hotel guest population for the period February–April 2025. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The results showed that the quality of service had a positive and significant effect on guest satisfaction (t count 2,135 > t table 1.665; sig. 0.036), facilities had a positive and significant effect on guest satisfaction (t count 7,505 > t table 1.665; sig. 0.000), and both variables had a simultaneous effect on guest satisfaction (F count 62,719 > F table 3.119; sig. 0.000) with a contribution of 62.6 percent. Facilities have proven to be the most dominant variable affecting guest satisfaction compared to service quality.

Keywords: Service Quality, Facilities, Guest Satisfaction, Front Office, Hotel

PENDAHULUAN

Industri pariwisata global telah menunjukkan pemulihan yang meyakinkan setelah mengalami masa krisis terberat sepanjang sejarahnya akibat pandemi COVID-19. Berdasarkan data terbaru dari UN Tourism (UNWTO), sepanjang tahun 2024 tercatat sekitar 1,4 miliar kunjungan wisatawan mancanegara di seluruh dunia, meningkat 11 persen dibandingkan tahun 2023, atau setara dengan tambahan 140 juta kunjungan, sehingga secara keseluruhan pariwisata internasional telah pulih hingga 99 persen dari level sebelum pandemi. Pendapatan pariwisata internasional turut mengalami pertumbuhan signifikan, mencapai sekitar 1,6 triliun dolar Amerika Serikat pada tahun 2024, atau naik sekitar 3 persen dibandingkan tahun sebelumnya dan 4 persen di atas capaian tahun 2019. Data ini menegaskan bahwa sektor akomodasi, termasuk perhotelan, menjadi salah satu penopang utama

pemulihan ekonomi pariwisata dunia. Pertumbuhan permintaan yang sangat cepat ini secara langsung meningkatkan tekanan kompetitif di antara penyedia jasa akomodasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Fenomena ini sejalan dengan pandangan bahwa kualitas pelayanan hotel menjadi determinan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan di tengah ketatnya persaingan industri perhotelan global (Ali & Anwar, 2021). Dengan demikian, isu kualitas pelayanan dan fasilitas hotel bukan lagi sekadar aspek operasional, melainkan telah menjadi variabel strategis yang menentukan keberlangsungan bisnis perhotelan di berbagai belahan dunia.

Selain aspek kuantitas kunjungan, transformasi preferensi wisatawan pascapandemi juga menuntut hotel untuk merespons secara adaptif. Le dan Phi (2021) mengungkapkan bahwa sektor perhotelan perlu menyusun kerangka manajemen krisis yang lebih matang agar mampu merespons perubahan pola permintaan tamu secara cepat dan tepat, termasuk dalam hal standar kebersihan, fleksibilitas layanan, dan kualitas fasilitas fisik. Persaingan hotel konvensional juga semakin diperberat oleh munculnya alternatif akomodasi berbasis platform berbagi seperti Airbnb, yang menurut penelitian Lin et al. (2023) memengaruhi kurva permintaan hotel secara substitutif, terutama pada segmen tamu yang sensitif terhadap harga dan pengalaman personalisasi. Kondisi ini menuntut hotel-hotel berbintang untuk memperkuat diferensiasi mereka melalui kualitas pelayanan yang konsisten dan fasilitas yang senantiasa relevan dengan kebutuhan tamu masa kini. Baquero (2023) dalam studinya terhadap hotel bintang empat di Spanyol menemukan bahwa persepsi tamu terhadap fasilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan tamu secara keseluruhan, yang sebagian dimediasi oleh kualitas personel dan organisasi bisnis hotel. Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa fasilitas fisik tidak dapat dipisahkan dari kualitas interaksi manusia yang menyertainya dalam membentuk pengalaman menginap yang memuaskan.

Pada konteks yang lebih spesifik, riset berbasis ulasan daring juga menegaskan pentingnya kualitas layanan dan atribut fisik hotel. Li et al. (2020) yang menganalisis ratusan ribu ulasan konsumen pada platform daring menemukan bahwa atribut dasar seperti kebersihan kamar dan kecepatan pelayanan tetap menjadi faktor penentu utama kepuasan, sementara elemen yang bersifat "menyenangkan" seperti fasilitas tambahan berperan sebagai nilai tambah yang membedakan satu hotel dengan hotel lainnya. Sejalan dengan itu, An et al. (2020) menunjukkan bahwa foto-foto yang diunggah pengguna dalam ulasan daring turut memengaruhi persepsi calon tamu terhadap kualitas fasilitas suatu hotel sebelum mereka memutuskan untuk menginap, sedangkan Aggarwal dan Gour (2020) menekankan bahwa analitik web dapat dimanfaatkan untuk memahami preferensi wisatawan secara lebih mendalam guna merancang strategi pelayanan yang lebih personal. Ketiga temuan ini memperlihatkan bahwa era digital telah mengubah cara tamu menilai kualitas pelayanan dan fasilitas, yakni tidak lagi semata dari pengalaman langsung, tetapi juga dari jejak digital yang memengaruhi ekspektasi mereka sebelum tiba di hotel. Implikasinya, hotel dituntut untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan dan fasilitas secara nyata, karena kesenjangan antara ekspektasi digital dan pengalaman aktual dapat berdampak langsung pada tingkat kepuasan tamu.

Di tingkat nasional, Indonesia turut merasakan dampak positif dari pemulihan pariwisata global tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan, dengan capaian pada Oktober 2025 mencapai 1,33 juta kunjungan atau naik 11,19 persen secara tahunan, sementara jumlah perjalanan wisatawan nusantara pada periode yang sama mencapai 96 juta perjalanan. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang secara nasional pada bulan yang sama tercatat sebesar 52,84 persen, sebuah angka yang mencerminkan tingkat pemanfaatan kapasitas hotel yang cukup tinggi namun juga menyisakan ruang besar bagi optimalisasi. Data BPS lainnya menunjukkan bahwa pada April 2024, TPK hotel berbintang mencapai 47,14 persen dengan rata-rata lama menginap tamu asing sebesar 2,8 malam dan tamu domestik 1,5 malam, sementara Bali tetap menjadi destinasi dengan TPK tertinggi. Peningkatan volume kunjungan yang terus terjadi ini secara langsung berimplikasi pada meningkatnya ekspektasi tamu terhadap kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas hotel, karena semakin banyak pilihan akomodasi yang tersedia bagi wisatawan untuk dibandingkan satu sama lain. Kondisi ini menegaskan bahwa penelitian mengenai determinan kepuasan tamu menginap menjadi semakin relevan dan mendesak untuk terus dikaji dalam konteks industri perhotelan Indonesia.

Jakarta, sebagai ibu kota negara sekaligus pusat bisnis dan pemerintahan, merupakan salah satu pasar perhotelan paling kompetitif di Indonesia, khususnya untuk segmen hotel bintang tiga hingga

empat yang menysasar wisatawan bisnis maupun keluarga. Ketatnya persaingan ini tecermin dari studi Adela dan Prawoto (2024) pada salah satu hotel berjaringan internasional di Jakarta yang menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama menjadi penentu kepuasan pelanggan yang signifikan. Studi lain oleh Nathania dan Susetya (2022) pada hotel bintang tiga di kawasan penyangga Jabodetabek juga mengonfirmasi bahwa keramahan, kecepatan, dan kemampuan penyelesaian masalah oleh staf pelayanan menjadi faktor yang paling memengaruhi kepuasan tamu. Temuan-temuan ini memperlihatkan pola yang konsisten bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi variabel sentral dalam industri perhotelan perkotaan yang padat persaingan seperti Jakarta. Di tengah lanskap persaingan tersebut, Hotel Harper MT. Haryono Jakarta hadir sebagai salah satu hotel bintang tiga hingga empat yang berlokasi strategis di kawasan Jakarta Timur, dengan reputasi yang cukup baik namun tetap menghadapi tantangan operasional dalam menjaga konsistensi pelayanan dan fasilitasnya.

Front office department memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam operasional hotel karena menjadi titik kontak pertama dan terakhir antara tamu dengan pihak manajemen. Jawabreh et al. (2022) dalam penelitiannya terhadap hotel bintang lima di Aqaba menemukan bahwa keterampilan komunikasi staf front office berkontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu, terutama dalam aspek kejelasan informasi dan responsivitas terhadap kebutuhan tamu. Kusumarini (2021) yang meneliti kualitas pelayanan staf front office hotel di Bali turut menegaskan bahwa kompetensi interpersonal staf garda depan menjadi penentu penting dalam membentuk kesan pertama yang positif bagi tamu yang baru tiba. Demikian pula, Insani dan Setiyariski (2020) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan front office, termasuk melalui optimalisasi peran *concierge*, mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan tamu secara signifikan. Ketiga penelitian tersebut memperkuat argumen bahwa front office bukan sekadar unit administratif, melainkan garda depan yang menentukan citra keseluruhan pelayanan hotel di mata tamu. Berdasarkan pengalaman penulis yang bertugas langsung di bagian front office Hotel Harper MT. Haryono Jakarta, masih dijumpai kendala seperti keterlambatan proses check-in pada jam sibuk, inkonsistensi penyampaian informasi antarstaf, serta respons yang belum optimal terhadap keluhan tamu, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan tamu secara keseluruhan.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas hotel juga merupakan determinan penting yang memengaruhi keputusan tamu untuk menginap kembali maupun merekomendasikan hotel kepada pihak lain. Purnomo et al. (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa harga, fasilitas, dan layanan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa perhotelan, dengan fasilitas menjadi salah satu variabel dengan kontribusi yang cukup besar. Nur dan Fadili (2021) yang meneliti hotel di Jakarta turut menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sejalan dengan temuan Juliana et al. (2021) yang menunjukkan pola pengaruh serupa pada segmen hotel bisnis. Studi terbaru oleh Ariana et al. (2025) pada resor bintang di Bali turut menegaskan bahwa kualitas pelayanan *housekeeping* dan fasilitas hotel secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu, memperkuat konsistensi temuan lintas destinasi di Indonesia. Berdasarkan observasi langsung di lapangan, Hotel Harper MT. Haryono Jakarta masih menghadapi sejumlah kendala fasilitas, di antaranya konektivitas Wi-Fi yang belum stabil di beberapa area kamar, pemeliharaan kolam renang yang perlu ditingkatkan, serta kapasitas dan variasi menu restoran saat jam sarapan yang masih memerlukan perbaikan. Kombinasi antara tantangan pelayanan dan fasilitas tersebut menjadikan Hotel Harper MT. Haryono Jakarta sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji secara empiris bagaimana kedua variabel tersebut memengaruhi kepuasan tamu.

Kepuasan tamu sendiri merupakan konstruk yang telah lama menjadi perhatian utama dalam literatur manajemen pemasaran jasa, karena berkaitan erat dengan loyalitas dan keberlanjutan bisnis. Kotler dan Keller (2020) menegaskan bahwa tamu yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif, sedangkan tamu yang kecewa berpotensi menyebarkan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi hotel secara luas, terutama di era digital saat ulasan daring menjadi rujukan utama calon tamu. Khoo (2020) dalam studinya pada industri jasa hiburan turut mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan, citra korporat, dan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan erat dengan niat berkunjung kembali serta perilaku *word-of-mouth* yang positif. Hal ini semakin relevan mengingat kepuasan tamu tidak hanya berdampak pada loyalitas individu, tetapi juga pada citra korporat hotel secara keseluruhan di pasar yang semakin transparan akibat keterbukaan informasi digital. Oleh karena

itu, memahami determinan kepuasan tamu, khususnya kualitas pelayanan front office dan fasilitas, menjadi kebutuhan strategis bagi manajemen hotel dalam merumuskan kebijakan operasional maupun investasi jangka panjang.

Berbagai penelitian terdahulu memang telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan tamu, namun sebagian besar masih dilakukan secara terpisah atau pada segmen hotel yang berbeda karakteristiknya dengan objek penelitian ini. Kawatak et al. (2023) misalnya meneliti persepsi kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan pada resor golf di Likupang, sedangkan Ariana et al. (2025) berfokus pada resor di Sanur, Bali, yang memiliki profil tamu dan segmen pasar berbeda dengan hotel bisnis perkotaan seperti Hotel Harper MT. Haryono Jakarta. Kesenjangan penelitian ini memberikan ruang bagi peneliti untuk mengisi celah literatur dengan mengombinasikan variabel kualitas pelayanan front office secara spesifik dan fasilitas hotel secara simultan, pada konteks hotel bintang tiga hingga empat berjejaringan internasional di kawasan Jakarta Timur yang belum banyak diteliti secara kuantitatif. Dengan mempertimbangkan pengalaman penulis yang bekerja langsung di lapangan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih kontekstual dan aplikatif dibandingkan penelitian sejenis yang bersifat lebih umum.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan di front office department dan fasilitas terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta, baik secara parsial maupun simultan, serta mengidentifikasi variabel manakah di antara keduanya yang memberikan pengaruh paling dominan. Rumusan masalah penelitian ini meliputi empat pertanyaan utama, yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan front office terhadap kepuasan tamu, bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu, bagaimana pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan, serta variabel mana yang paling berpengaruh di antara keduanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab keempat rumusan masalah tersebut secara empiris melalui pendekatan kuantitatif yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perhotelan, sekaligus kontribusi praktis berupa rekomendasi konkret bagi manajemen Hotel Harper MT. Haryono Jakarta dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan dan fasilitas secara berkelanjutan. Lebih jauh, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi praktisi maupun akademisi perhotelan lain yang tertarik mengkaji determinan kepuasan tamu pada segmen hotel bisnis perkotaan di Indonesia.

Kualitas pelayanan sebagai konstruk akademik telah dikembangkan secara komprehensif melalui model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Parasuraman et al., 2020). Kelima dimensi tersebut secara khusus relevan diterapkan pada konteks front office department, mengingat unit ini merupakan titik interaksi paling intensif antara tamu dan penyedia jasa selama proses check-in, penanganan permintaan, hingga proses check-out. Bukti fisik tercermin dari penampilan staf dan kerapian area lobi, keandalan tercermin dari ketepatan proses administrasi, daya tanggap tercermin dari kecepatan merespons keluhan, jaminan tercermin dari rasa aman dan profesionalisme staf, sedangkan empati tercermin dari perhatian personal terhadap kebutuhan spesifik setiap tamu. Kelima dimensi ini saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan secara utuh di mata tamu. Ketika salah satu dimensi lemah, misalnya daya tanggap yang lambat pada saat jam sibuk sebagaimana dikeluhkan sejumlah tamu Hotel Harper MT. Haryono Jakarta, maka persepsi kualitas pelayanan secara keseluruhan berpotensi menurun meskipun dimensi lainnya sudah berjalan baik. Oleh karena itu, pendekatan multidimensional terhadap kualitas pelayanan front office menjadi penting untuk dikaji secara empiris dalam penelitian ini.

Selain dimensi kualitas pelayanan, fasilitas hotel juga memiliki cakupan yang luas, mulai dari fasilitas kamar seperti pendingin ruangan, televisi, dan jaringan internet, hingga fasilitas publik seperti kolam renang, restoran, dan ruang pertemuan (Tjiptono, 2021). Setiap kategori fasilitas tersebut memberikan kontribusi berbeda terhadap pengalaman menginap tamu, tergantung pada tujuan kunjungan dan segmen pasar yang dilayani hotel. Bagi tamu bisnis yang menjadi salah satu segmen utama Hotel Harper MT. Haryono Jakarta mengingat lokasinya yang strategis di kawasan perkantoran Jakarta Timur, konektivitas internet yang stabil dan kenyamanan ruang kerja di dalam kamar menjadi kebutuhan yang sangat krusial. Sementara itu, bagi tamu keluarga atau wisatawan rekreasi, fasilitas publik seperti kolam renang dan variasi menu restoran menjadi pertimbangan tambahan yang turut

memengaruhi kepuasan mereka. Kompleksitas kebutuhan fasilitas yang beragam ini menuntut manajemen hotel untuk melakukan pemetaan prioritas investasi secara cermat, agar alokasi sumber daya yang terbatas dapat memberikan dampak maksimal terhadap kepuasan tamu secara keseluruhan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan front office secara spesifik dan fasilitas hotel secara menyeluruh, yang dianalisis secara simultan pada objek hotel bisnis berjangkauan internasional berskala menengah di kawasan urban Jakarta. Sebagian besar penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya cenderung berfokus pada salah satu variabel saja, atau dilakukan pada segmen hotel resor di destinasi wisata seperti Bali dan Likupang yang memiliki karakteristik tamu dan pola kunjungan yang berbeda secara signifikan dengan hotel bisnis perkotaan. Dengan mengombinasikan kedua variabel tersebut secara simultan pada konteks yang lebih spesifik ini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih presisi mengenai determinan kepuasan tamu pada segmen hotel bisnis kelas menengah, sekaligus memperkaya khazanah literatur perhotelan Indonesia yang selama ini masih didominasi oleh kajian pada segmen resor dan destinasi wisata leisure.

Merujuk pada uraian di atas, penelitian ini merumuskan tiga hipotesis utama yang akan diuji secara statistik. Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan di front office department berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta. Hipotesis kedua menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta. Ketiga hipotesis tersebut akan diuji secara empiris melalui analisis regresi linier berganda yang dijelaskan secara rinci pada bagian metode penelitian, sedangkan hasil pengujian beserta pembahasannya akan disajikan pada bagian selanjutnya. Artikel ini disusun secara sistematis, dimulai dari bagian pendahuluan yang menguraikan latar belakang dan urgensi penelitian, dilanjutkan dengan metode penelitian yang menjelaskan desain dan prosedur analisis data, kemudian hasil dan pembahasan yang menyajikan temuan empiris beserta interpretasinya, dan diakhiri dengan simpulan singkat yang merangkum kontribusi utama penelitian ini bagi pengembangan ilmu manajemen perhotelan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei, yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta mengukur besaran pengaruh antarvariabel melalui data numerik yang dianalisis secara statistik (Creswell, 2020). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif dan terukur mengenai hubungan sebab-akibat antara kualitas pelayanan di front office department (X1) dan fasilitas (X2) sebagai variabel independen terhadap kepuasan tamu (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian dilaksanakan di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta yang berlokasi di Jalan Biru Laut X Kavling 6–7, Cawang, Jakarta Timur, dengan periode pengumpulan data berlangsung dari bulan Februari hingga April 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas peneliti sebagai staf yang bertugas langsung di lapangan, sehingga memudahkan proses observasi dan pengumpulan data secara lebih mendalam dan akurat.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta selama periode Februari hingga April 2025, dengan total populasi tercatat sebanyak 346 orang, yang terdiri atas 126 tamu pada bulan Februari, 130 tamu pada bulan Maret, dan 90 tamu pada bulan April. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti, meliputi responden berusia di atas 17 tahun dan responden yang pernah menginap minimal satu kali di hotel tersebut selama periode penelitian. Besaran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10 persen, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 78 responden dari populasi 346 orang. Meskipun teknik *purposive sampling* secara metodologis tidak mewajibkan penggunaan rumus statistik tertentu, penerapan rumus Slovin dilakukan peneliti untuk memastikan bahwa jumlah sampel yang diambil tetap representatif terhadap karakteristik populasi yang diteliti (Amin et al., 2023).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua sumber, yaitu data primer yang diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada responden, serta data

sekunder yang diperoleh dari dokumentasi dan studi pustaka sebagai pendukung analisis. Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan indikator masing-masing variabel, dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor satu untuk jawaban "Sangat Tidak Setuju" hingga skor lima untuk jawaban "Sangat Setuju". Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator kesesuaian harapan sebagaimana konsep yang dikembangkan Parasuraman et al. (2020), sedangkan variabel fasilitas diukur melalui indikator kondisi fasilitas, kenyamanan, dan keamanan sebagaimana konsep Tjiptono (2021). Variabel kepuasan tamu diukur melalui indikator kesesuaian antara harapan dan pengalaman aktual tamu selama menginap, mengacu pada konsep Kotler dan Keller (2020). Penyusunan kuesioner secara mandiri ini dimaksudkan agar setiap item pernyataan benar-benar relevan dengan kondisi operasional dan karakteristik tamu di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta.

Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data secara luas, peneliti terlebih dahulu melakukan uji kelayakan instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel pada taraf signifikansi 0,05, di mana suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (Janna & Herianto, 2021). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai koefisien Cronbach's Alpha, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien tersebut lebih besar dari 0,6 (Sugiyono, 2018). Kedua pengujian ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan konstruk yang hendak diukur secara konsisten dan akurat, sehingga hasil analisis selanjutnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, yang bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan tamu (Y), dengan persamaan umum $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$. Pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual, dan uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian hipotesis ditetapkan berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel serta nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikansi 5 persen, di mana hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila nilai hitung lebih besar daripada nilai tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, dilakukan pula analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, serta analisis koefisien beta terstandarisasi untuk menentukan variabel manakah di antara kualitas pelayanan dan fasilitas yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan tamu.

Definisi operasional variabel disusun secara rinci agar setiap konsep abstrak dapat diukur secara konkret melalui item-item pernyataan dalam kuesioner. Variabel kepuasan tamu (Y) didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan tamu setelah membandingkan harapan sebelum menginap dengan pengalaman aktual selama menginap, dengan indikator utama berupa kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan hotel kepada pihak lain (Kotler & Keller, 2020). Variabel kualitas pelayanan (X_1) didefinisikan sebagai sejauh mana pelayanan front office memenuhi atau melampaui harapan tamu, dengan indikator meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati staf. Variabel fasilitas (X_2) didefinisikan sebagai sarana dan prasarana fisik yang menunjang kenyamanan tamu, dengan indikator meliputi kondisi fasilitas, kenyamanan, dan keamanan. Ketiga variabel tersebut diukur menggunakan skala Likert lima poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk pengumpulan data yang sesungguhnya, sehingga konsistensi dan akurasi pengukuran dapat terjamin sepanjang proses penelitian berlangsung. Penyusunan definisi operasional secara cermat ini menjadi fondasi penting yang menjembatani antara konsep teoretis dan realitas empiris di lapangan, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara tepat dan bermakna bagi pengembangan ilmu maupun praktik manajerial di industri perhotelan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan tamu, memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,2227 pada taraf signifikansi 5 persen dengan jumlah responden 78 orang. Nilai r hitung pada variabel kualitas pelayanan berkisar antara 0,677 hingga 0,862, pada variabel fasilitas berkisar

antara 0,613 hingga 0,902, dan pada variabel kepuasan tamu berkisar antara 0,772 hingga 0,835, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha di atas 0,6, dengan variabel kualitas pelayanan mencapai nilai 0,830, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten. Temuan ini konsisten dengan prinsip yang dikemukakan Sugiyono (2018) bahwa instrumen yang valid dan reliabel merupakan prasyarat mutlak sebelum data digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 2,404 + 0,319X_1 + 0,582X_2$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,319 satuan, sedangkan setiap peningkatan satu satuan pada fasilitas akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,582 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,626, yang berarti bahwa sebesar 62,6 persen variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 37,4 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, atau citra merek sebagaimana disinggung dalam penelitian Adela dan Prawoto (2024). Angka kontribusi sebesar 62,6 persen ini tergolong cukup tinggi dan menunjukkan bahwa model penelitian yang dibangun memiliki daya jelas yang kuat terhadap fenomena kepuasan tamu di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta.

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai t hitung sebesar 2,135 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,665, serta nilai signifikansi sebesar 0,036 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ali dan Anwar (2021) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada industri perhotelan, serta penelitian Jawabreh et al. (2022) yang menemukan bahwa kemampuan komunikasi staf front office berkontribusi signifikan terhadap kepuasan tamu. Namun demikian, hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa indikator *tangibles* atau bukti fisik memperoleh rata-rata terendah sebesar 4,12, yang mengindikasikan bahwa pihak hotel masih perlu memperhatikan penampilan fisik karyawan, seperti kerapian seragam, penggunaan tanda pengenal, dan sikap profesional dalam melayani tamu, sebagaimana juga ditekankan dalam penelitian Kusumarini (2021) mengenai pentingnya kompetensi interpersonal staf front office di Bali.

Hasil uji hipotesis parsial untuk variabel fasilitas menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai t hitung sebesar 7,505 yang jauh lebih besar daripada t tabel sebesar 1,665, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Hasil ini konsisten dengan temuan Baquero (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi tamu terhadap fasilitas hotel memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan secara keseluruhan, serta penelitian Purnomo et al. (2021) dan Ariana et al. (2025) yang juga mengonfirmasi peran penting fasilitas dalam membentuk kepuasan tamu pada berbagai segmen hotel di Indonesia. Menariknya, hasil tanggapan responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa indikator kenyamanan memperoleh rata-rata terendah sebesar 3,50, yang mengindikasikan bahwa pihak manajemen hotel perlu memberikan perhatian lebih terhadap aspek kenyamanan fisik seperti suhu ruangan, kebersihan kamar, konektivitas internet, dan pencahayaan, sebagaimana permasalahan yang memang telah diidentifikasi sejak awal penelitian ini dilakukan.

Hasil uji hipotesis secara simultan melalui uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai F hitung sebesar 62,719 yang jauh lebih besar daripada F tabel sebesar 3,119, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05, sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan mampu menjelaskan variasi kepuasan tamu secara lebih komprehensif dibandingkan jika kedua variabel tersebut dianalisis secara terpisah, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Juliana et al. (2021) dan Nur serta Fadili (2021) pada segmen hotel bisnis di kawasan urban. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan kepuasan tamu di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta idealnya tidak dilakukan secara parsial pada satu aspek saja, melainkan harus mempertimbangkan perbaikan yang terintegrasi antara kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas secara bersamaan.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung antara kedua variabel independen, diketahui bahwa fasilitas (X2) memiliki nilai t hitung yang jauh lebih besar, yaitu 7,505, dibandingkan dengan kualitas pelayanan (X1) yang hanya mencapai nilai 2,135, sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan tamu menginap di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta. Temuan ini memiliki implikasi manajerial yang penting, yaitu bahwa pihak manajemen hotel sebaiknya memprioritaskan investasi dan perbaikan pada aspek fasilitas, seperti peningkatan stabilitas jaringan Wi-Fi, pemeliharaan kolam renang, serta perluasan kapasitas dan variasi menu restoran, tanpa mengabaikan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan staf front office secara berkelanjutan. Hasil ini juga memberikan kontribusi empiris terhadap literatur perhotelan di Indonesia, khususnya pada segmen hotel bisnis berjangkauan internasional di kawasan urban seperti Jakarta, yang selama ini belum banyak dikaji secara spesifik dibandingkan segmen hotel resor di destinasi wisata seperti Bali sebagaimana pada penelitian Ariana et al. (2025) dan Kawatak et al. (2023).

Nilai konstanta sebesar 2,404 dalam persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan fasilitas berada pada titik nol atau tidak mengalami perubahan sama sekali, kepuasan tamu tetap berada pada nilai dasar sebesar 2,404, yang mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang turut memberikan kontribusi dasar terhadap kepuasan tamu, meskipun kontribusi tersebut relatif kecil dibandingkan pengaruh kedua variabel independen yang diteliti. Nilai koefisien regresi fasilitas yang lebih besar (0,582) dibandingkan koefisien kualitas pelayanan (0,319) juga memperkuat temuan bahwa perubahan pada aspek fasilitas memberikan dampak marjinal yang lebih besar terhadap peningkatan kepuasan tamu dibandingkan perubahan pada aspek pelayanan, meskipun kedua-duanya tetap signifikan secara statistik. Temuan ini memberikan gambaran kuantitatif yang jelas bagi manajemen dalam menyusun prioritas kebijakan, yakni bahwa setiap satu unit perbaikan pada kualitas fasilitas secara proporsional akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan tamu dibandingkan satu unit perbaikan yang setara pada kualitas pelayanan, meskipun keduanya tetap perlu ditingkatkan secara beriringan agar tercipta pengalaman menginap yang optimal secara menyeluruh.

Hasil uji koefisien determinasi sebesar 62,6 persen juga perlu dimaknai secara proporsional, mengingat angka tersebut tergolong tinggi untuk penelitian ilmu sosial yang melibatkan perilaku dan persepsi manusia sebagai variabel utama. Sisa variasi sebesar 37,4 persen yang tidak dapat dijelaskan oleh model penelitian ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti persepsi harga, lokasi geografis, citra merek internasional Harper yang dikelola Archipelago International, maupun pengalaman digital tamu melalui aplikasi pemesanan daring, sebagaimana disinggung dalam berbagai penelitian kontemporer mengenai transformasi digital pada industri perhotelan. Meskipun demikian, besarnya kontribusi 62,6 persen dari dua variabel yang diteliti dalam penelitian ini tetap menunjukkan bahwa kualitas pelayanan front office dan fasilitas merupakan determinan utama yang paling substansial dalam membentuk kepuasan tamu di Hotel Harper MT. Haryono Jakarta, sehingga kedua aspek tersebut layak menjadi prioritas utama dalam setiap kebijakan peningkatan mutu layanan yang akan disusun oleh manajemen hotel ke depannya.

Secara keseluruhan, temuan-temuan dalam penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting bagi pengembangan ilmu manajemen perhotelan maupun praktik operasional di lapangan. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat validitas model SERVQUAL dan konsep fasilitas hotel dalam menjelaskan kepuasan tamu pada konteks hotel bisnis berjangkauan internasional di kawasan urban Jakarta, yang selama ini masih relatif jarang dikaji dibandingkan segmen hotel resor di destinasi wisata leisure. Secara praktis, temuan bahwa fasilitas menjadi variabel paling dominan mengindikasikan bahwa manajemen Hotel Harper MT. Haryono Jakarta perlu menyusun skala prioritas investasi yang lebih berorientasi pada perbaikan infrastruktur fisik, tanpa mengesampingkan program pelatihan berkelanjutan bagi staf front office untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan. Rekomendasi konkret yang dapat diajukan meliputi peningkatan kapasitas dan stabilitas jaringan Wi-Fi di seluruh area kamar, penjadwalan pemeliharaan rutin fasilitas kolam renang, perluasan kapasitas tempat duduk dan variasi menu restoran pada jam sarapan, serta penguatan standar penampilan dan sikap profesional staf melalui pelatihan berkala. Dengan menerapkan rekomendasi tersebut secara konsisten, diharapkan Hotel Harper MT. Haryono Jakarta mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan tingkat kepuasan tamu secara berkelanjutan, sehingga pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas tamu, citra positif hotel,

dan daya saing yang lebih kuat di tengah ketatnya persaingan industri perhotelan bintang tiga hingga empat di Jakarta.

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil maupun pengembangan penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan 78 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling pada satu lokasi hotel tertentu, sehingga generalisasi hasil terhadap populasi hotel bintang tiga hingga empat secara lebih luas perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Kedua, penelitian ini hanya menguji dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas, sementara faktor lain seperti harga, lokasi, citra merek, maupun pengalaman digital sebagaimana yang mulai banyak dikaji dalam literatur kontemporer juga berpotensi memengaruhi kepuasan tamu secara signifikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel pada beberapa hotel sejenis sekaligus menambahkan variabel-variabel lain yang relevan, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan kepuasan tamu pada industri perhotelan bisnis perkotaan di Indonesia. Dengan demikian, kontribusi keilmuan di bidang manajemen pemasaran dan perhotelan dapat terus berkembang seiring dengan dinamika kebutuhan dan ekspektasi tamu yang senantiasa berubah dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, A., & Prawoto. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di JW Marriott Hotel Jakarta. *Media Wisata*, 22(1), 107–120. <https://doi.org/10.36276/mws.v22i1.638>
- Aggarwal, S., & Gour, A. (2020). Peeking inside the minds of tourists using a novel web analytics approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 580–591. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.10.009>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- An, Q., Ma, Y., Du, Q., Xiang, Z., & Fan, W. (2020). Role of user-generated photos in online hotel reviews: An analytical approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 633–640. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.002>
- Ariana, I. K., Muliadisa, I. K., & Suwintari, I. G. A. E. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Housekeeping dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Tamu di Sudamala Resort Sanur. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 4(8). <https://doi.org/10.22334/paris.v4i8.1057>
- Baquero, A. (2023). Is Customer Satisfaction Achieved Only with Good Hotel Facilities? A Moderated Mediation Model. *Administrative Sciences*, 13(4), 108. <https://doi.org/10.3390/admsci13040108>
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan kualitas pelayanan front office department melalui tugas dan tanggung jawab concierge pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1). <https://doi.org/10.51977/jiip.v2i1.297>
- Jawabreh, O., Masa'deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (case study five stars hotels in Aqaba). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1312–1318. <https://doi.org/10.30892/gtg.44416-948>
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Judicious*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.37010/jdc.v2i1.197>
- Kartika, R. B., Buniarto, E. A., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Customer pada Hotel Front One Inn Kediri. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(5), 50–68. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v1i5.175>
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–336. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kawatak, S. Y., Samuel, O. W., & Soputan, M. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf and Resort Likupang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.1-8>

- Khoo, K. L. (2020). A Study of Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, Revisit Intention and Word-of-Mouth: Evidence from the KTV Industry. *PSU Research Review*. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Kusumarini, I. (2021). Kualitas pelayanan staf front office hotel di Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 10(2), 98–109. <https://doi.org/10.52352/jbh.v10i2.470>
- Le, D., & Phi, G. (2021). Strategic responses of the hotel sector to COVID-19: Toward a refined pandemic crisis management framework. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102808. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102808>
- Li, H., Liu, Y., Tan, C. W., & Hu, F. (2020). Comprehending Customer Satisfaction with Hotels: Data Analysis of Consumer Generated Reviews. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1713–1735. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2019-0581>
- Lin, G., Li, J., Li, G., & Song, H. (2023). Substitution between sharing accommodation and hotels: A behavioral economic demand curve analysis. *Annals of Tourism Research*, 103716. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103716>
- Nathania, C., & Susetya, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Hotel 101 Surya Kencana Bogor. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16023–16029. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4914>
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10151>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Amin, S., Syah, R., & Prasetyo, B. (2023). *Manajemen Front Office dalam Industri Perhotelan*. Salemba Empat.
- Creswell, J. W. (2020). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Artikel Manajemen Pendidikan Islam UIN Alauddin Makassar*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- UN Tourism. (2025). *World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2025*. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Oktober 2025*. BPS-Statistics Indonesia.