Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

DETERMINASI KEPUASAN PENGUNJUNG HOTEL DI KAWASAN LAWEYAN SURAKARTA

Nina Dewi Lashwaty[1*], Muhammad Nur Juniadi[2]

Program Studi DIII Manajemen Informatika[1,2]
Program Studi Manajemen Informatika[1,2]
STMIK AMIKOM Surakarta[1,2]

Correspondent Author: nina.dewi@dosen.amikomsolo.ac.id[1*],

Author Email: nur.juniadi@dosen.amikomsolo.ac.id[2]

Received: September 20, 2026. **Revised:** October 30, 2026. **Accepted:** November 9, 2026. **Issue Period:** Vol.10 No.4 (2026), Pp. 1105-1120

Abstrak: Objektif penelitian ini mencakup analisis daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, serta identifikasi aspek yang paling dominan dan paling tidak dominan daya pengaruhnya. Penelitian ini mengaplikasikan metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kuesioner reliabel dan layak digunakan. Seluruh koefisien regresi variabel penyebab bernilai positif, yang menunjukkan hubungan searah dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat. Secara bersamaan, ketujuh variabel penyebab memiliki daya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 92.4%, sedangkan 7.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti nilai tambah, pengalaman pengunjung, kualitas makanan, program loyalitas, serta kesesuaian reputasi hotel dengan pengalaman aktual pengunjung. Secara sepihak, proses reservasi memiliki daya pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengunjung. Sebaliknya, penanganan keluhan memiliki daya pengaruh paling tidak dominan dan tidak signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan pentingnya proses reservasi dalam membentuk kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, pengelola Hotel Laweyan perlu mempertahankan kemudahan reservasi serta meningkatkan kualitas aspek pelayanan lainnya secara berkelanjutan.

Kata kunci: reservasi; harga; lokasi; keluhan; kepuasan

Abstract: *The objectives of this study are to analyze the simultaneous and partial effects of hotel facilities, price perception, promotion, hotel location, service quality, reservation process, and complaint handling on guest satisfaction at Hotel Laweyan, and to identify the aspects with the strongest and weakest effects. This study employs a quantitative method, with data processed using SPSS. The test results indicate that the questionnaire is reliable and suitable for use. All regression coefficients of the causal variables are positive, indicating a unidirectional relationship with guest satisfaction as the outcome variable. Simultaneously, the seven causal variables have a significant effect on guest satisfaction, accounting for 92.4% of the variation, while the remaining 7.6% is attributable to other factors outside the research model, such as added value, guest experience, food quality, loyalty programs, and consistency*

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

between the hotel's reputation and guests' actual experiences. Partially, the reservation process has the strongest effect on guest satisfaction. Conversely, complaint handling has the weakest effect and is not statistically significant. These findings highlight the importance of the reservation process in shaping guest satisfaction. Therefore, Hotel Laweyan management should maintain reservation convenience and continuously improve other service aspects.

Keywords: *reservation; price; location; complaint; satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Keberadaan hotel dewasa ini sangat penting sebagai salah satu penopang perekonomian negara [1],[2]. Hotel berfungsi tidak hanya sebagai sarana akomodasi bagi para wisatawan, tetapi sebagai pusat penyelenggaraan pertemuan dan berbagai acara [3]. Selain itu, hotel juga menyediakan fasilitas makan dan minum serta berbagai layanan tambahan yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung [3]. Melalui berbagai fungsi tersebut, hotel turut berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan daerah, serta meningkatkan devisa negara, khususnya melalui sektor pariwisata [4],[5]. Berdasarkan lokasinya ada beberapa jenis hotel, di antaranya *city hotel*, *resort hotel*, *airport hotel*, serta *highway hotel. City hotel* terletak di kawasan perkotaan sehingga memudahkan pebisnis atau wisatawan untuk mengakses berbagai pusat aktivitas kota [6]. *Resort hotel* berada di kawasan wisata fokus tujuan utama rekreasi, misalkan hotel di daerah pegunungan ataupun pantai [6]. *Airport hotel* berada di dekat bandara dengan tujuan memudahkan akomodasi penumpang transit. *Highway hotel* memiliki konsep yang serupa *motel* (motor hotel), yaitu akomodasi yang terletak di pinggir jalan utama dan dilengkapi area parkir yang luas karena pengunjungnya sebagian besar menggunakan kendaraan pribadi.

Salah satu *city hotel* di kota Surakarta adalah Hotel Laweyan. Hotel Laweyan yang didirikan pada tahun 2005 merupakan sarana akomodasi bintang satu. Selain itu, hotel ini memiliki lokasi yang strategis, yaitu sekitar 800 meter dari Stasiun Purwosari, dua kilometer dari Museum Radya Pustaka, serta dekat dengan Solo Square Mall dan Solo Paragon Mall. Di usianya yang sudah menginjak 21 tahun, hotel ini tetap dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Hotel Laweyan memiliki banyak kompetitor di sekitarnya, antara lain Malioboro Inn Solo yang juga hotel bintang satu, Roemahku Heritage Hotel, serta beberapa hotel berbintang dengan kualifikasi bintang lebih banyak seperti Solia Hotel Laweyan, Megaland Hotel, Sala View Hotel, serta Harris Hotel. Apapun situasi yang dihadapi, Hotel Laweyan tetap beroperasi dengan baik. Manajemen Hotel Laweyan memperkirakan ada beberapa aspek yang berperan dalam menciptakan kepuasan pengunjung sehingga tingkat kunjungan dapat tetap terjaga, di antaranya fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan. Namun demikian, pihak manajemen belum mengetahui secara pasti apakah aspek-aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan memiliki daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Manajemen Hotel Laweyan juga belum memiliki data terkait aspek yang paling dominan maupun paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Pemahaman daya pengaruh aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung hotel secara bersamaan menjadi dasar dalam penyusunan strategi umum, sedangkan analisis daya pengaruh aspek secara sepihak membantu menetapkan prioritas pada tiap aspek. Dengan mengetahui aspek yang paling dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung, maka manajemen Hotel Laweyan dapat memaksimalkan aspek tersebut dari sisi fokus investasi, strategi diferensiasi, serta standarisasi dan kontrol ketat. Memahami aspek yang paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung juga tidak kalah penting. Berlandaskan data tersebut manajemen Hotel Laweyan dapat menghindari pemborosan pada investasi aspek tersebut. Aspek ini merupakan prioritas sekunder dan dapat dipertahankan pada tingkat yang cukup baik, bukan sempurna. Berdasarkan latar belakang tersebut diperlukan adanya penelitian lebih lanjut agar dapat menentukan prioritas perbaikan sehingga dapat memberikan kepuasan yang optimal bagi pengunjung.

Penelitian ini berangkat dari beberapa permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, di antaranya apakah dapat dipahami adanya

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak aspek-aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan ? Aspek apakah di antara fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan yang paling dominan maupun paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan ? Objektif yang hendak dicapai adalah untuk memahami adanya daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak aspek-aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Juga untuk memberikan pemahaman tentang aspek yang paling dominan maupun paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung pada hotel tersebut. Terdapat *research gap* dari penelitian lampau yang telah dilaksanakan oleh Herlina et al. bahwa pada penelitian tersebut hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak aspek-aspek fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada hotel di Maumere [7], sedangkan penelitian yang dilakukan melengkapinya dengan memberikan pemahaman daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak tidak hanya aspek-aspek fasilitas dan kualitas pelayanan tetapi juga aspek persepsi harga, promosi, lokasi hotel, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung hotel di kawasan Laweyan Surakarta. Juga menyempurnakan penelitian Herlina et al. dengan cara memberikan pemahaman tentang aspek yang paling dominan maupun paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung pada Hotel Laweyan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan pemahaman kepada manajemen Hotel Laweyan dalam menentukan prioritas peningkatan layanan berdasarkan tingkat pengaruh masing-masing aspek terhadap kepuasan pengunjung, serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang Manajemen Pemasaran maupun Manajemen Perhotelan.

II. METODE DAN MATERI

Bagian Metode dan Teori memaparkan secara terstruktur berbagai konsep dan perspektif teoritis yang menjadi pijakan dalam proses analisis, pengajuan hipotesis, serta perumusan model penelitian. Selanjutnya, bagian ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi teknik analisis data, pengujian reliabilitas, dan pengujian hipotesis. Selain itu, dipaparkan pula tahapan pelaksanaan penelitian, lokasi dan periode penelitian, karakteristik populasi dan sampel, jenis data yang dimanfaatkan, serta metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data.

2.1. Perspektif Teoritis

Fasilitas merupakan infrastruktur penunjang yang memiliki kontribusi penting dalam industri pariwisata dan akomodasi [7]. Fasilitas hotel dapat dibagi menjadi fasilitas umum dan fasilitas tambahan [8]. Fasilitas umum mengacu kepada fasilitas dasar yang wajib disediakan oleh pengelola hotel, di antaranya kamar tidur, kamar mandi, perlengkapan mandi, Wi-Fi, layanan kamar 24 jam, serta parkir. Sementara itu fasilitas tambahan meliputi kolam renang, pusat kebugaran, restoran, bahkan sampai tersedianya layanan spa bagi pengunjung [9]. Fasilitas tambahan ini tidak pasti ada dalam semua hotel, melainkan umumnya terdapat pada hotel berbintang tiga hingga lima. Fasilitas hotel, baik dalam bentuk fasilitas umum maupun fasilitas tambahan berperan sebagai salah satu instrumen yang dapat menimbulkan kepuasan bagi pengunjung [7],[10].

Harga memiliki peran krusial dalam membentuk tingkat kepuasan pengunjung hotel [3]. Oleh sebab itu pihak pengelola hotel perlu secara rutin melakukan evaluasi dan perbandingan tarif dengan hotel sejenis [11]. Tindakan ini penting dilakukan supaya harga yang ditetapkan selaras dengan persepsi nilai yang dirasakan pengunjung. Persepsi harga merupakan penilaian subjektif pengunjung terhadap kewajaran harga yang ditetapkan sebuah hotel dalam perbandingannya dengan nilai dan manfaat yang diterima [12]. Ketika pengunjung hotel merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan, dari situlah akan timbul kepuasan pengunjung [13].

Pada dasarnya promosi merupakan cara berkomunikasi sebuah bisnis yang ditujukan untuk meyakinkan dan mempersuasi calon konsumen agar tertarik dan akhirnya membeli produk barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh bisnis tersebut [14],[2],[15]. Aktivitas komunikasi dalam promosi dapat dilakukan secara konvensional maupun digital [16]. Promosi hotel merupakan cara pihak pengelola hotel dalam berkomunikasi dengan calon pengunjungnya, di antaranya tentang fasilitas hotel, harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan proses

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

reservasi [12]. Apabila yang dipromosikan sesuai kenyataan, maka pengunjung akan merasa puas. Sebaliknya apabila promosi tidak sesuai dengan pengalaman berkunjung, maka pengunjung akan mengalami kekecewaan.

Lokasi hotel termasuk salah satu aspek paling krusial dalam mempengaruhi penilaian pengunjung dan tingkat hunian [13]. Lokasi hotel dapat dipengaruhi beberapa hal di antaranya kedekatan dengan bandara/stasiun/terminal, jalan arteri, kemudahan mencari transportasi umum, serta dekat dengan sumber pengunjungnya [17].

Kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek strategis bagi hotel untuk memenangkan persaingan pada industri perhotelan [17]. Kualitas pelayanan hotel merupakan hal yang kompleks, tidak hanya sebatas keramahan terhadap pengunjung. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pelayanan reservasi yang profesional, kecepatan dan ketepatan pelayanan, kebersihan, kenyamanan, kemampuan menangani keluhan, kesesuaian fasilitas dengan harapan, hingga penyesuaian layanan. Pelayanan yang berkualitas dapat menimbulkan kepuasan bagi pengunjung hotel, sedangkan ketidaksesuaian antara kenyataan dengan harapan akan menyebabkan ketidakpuasan [16]. Pengunjung yang tidak puas cenderung tidak akan berkunjung lagi, bahkan dapat menginformasikan pengalaman negatif kepada pihak lain yang dikenalnya [16].

Proses reservasi merupakan serangkaian kegiatan untuk memastikan sebuah layanan, tempat, atau fasilitas dapat digunakan pada waktu yang dijadwalkan [18]. Proses reservasi hotel dapat diartikan kegiatan yang dilakukan calon pengunjung dengan pengelola hotel untuk memastikan kamar dan fasilitas penunjang yang dibutuhkan sesuai waktu yang ditentukan dan disepakati.

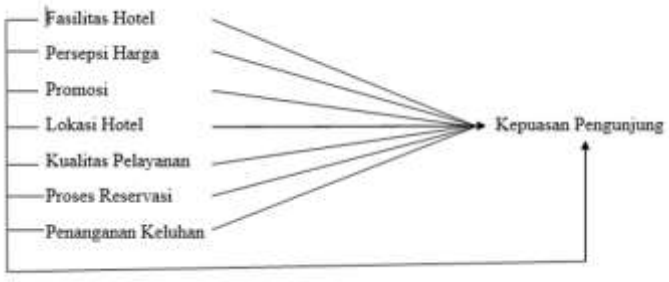
Pada sebuah perusahaan jasa, penanganan keluhan menjadi aspek penting dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan [19]. Hotel sebagai sebuah perusahaan jasa, dituntut untuk menangani keluhan pengunjung dengan profesional supaya kepuasan pengunjung terjaga [20]. Pengelola hotel bertanggung-jawab untuk merespon setiap keluhan pengunjung, sehingga persoalan dapat diselesaikan dengan baik. Kecepatan dan ketepatan pengelola hotel dalam menyelesaikan keluhan pengunjung, mendorong terciptanya kepuasan pelanggan [20].

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai kondisi perasaan sukacita yang timbul ketika produk atau layanan yang diterimanya sesuai atau melebihi ekspektasinya [16]. Kepuasan yang dirasakan pengunjung, merupakan awal hubungan jangka panjang antara pengunjung dan hotel [4]. Pengunjung yang merasa puas dapat menuturkan pengalaman baik yang diperolehnya kepada pihak lain [21]. Dalam jangka panjang hal ini dapat meningkatkan tingkat hunian, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas hotel.

2.2. Pengajuan Hipotesis

Asumsi sementara pada penelitian ini adalah dapat dipahami adanya daya pengaruh secara bersamaan maupun sepihak aspek-aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Diduga aspek proses reservasi yang paling dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, dan penanganan keluhan yang paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di hotel tersebut.

2.3. Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 1. Kerangka Pemikiran di atas, dapat dinyatakan bahwa aspek-aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan merupakan variabel-variabel penyebab. Sedangkan kepuasan pengunjung adalah variabel akibat. Mengacu pada hubungan

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

antarvariabel yang telah digambarkan dalam kerangka pemikiran tersebut, keterkaitan antara variabel-variabel penyebab dan variabel akibat selanjutnya dapat direpresentasikan ke dalam bentuk persamaan matematis sebagai berikut:

$$KEP = a + b1FAS + b2HRG + b3PRO + b4LOK + b5KUA + b6PES + b7PEN + e \quad (1)$$

di mana,

KEP	:	kepuasan pengunjung
a	:	nilai variabel akibat bilamana nilai variabel penyebab sebesar nol
FAS	:	fasilitas hotel
HRG	:	persepsi harga
PRO	:	promosi
LOK	:	lokasi hotel
KUA	:	kualitas pelayanan
PRE	:	proses reservasi
PEN	:	penanganan keluhan
e	:	variabel yang tidak diteliti, tetapi memiliki daya pengaruh terhadap variabel akibat (sering disebut sebagai residual)

2.4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS.

2.5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda sebagai teknik analisis data. Analisis ini dilakukan dalam satu tahap dengan menguji tujuh variabel penyebab secara bersamaan, yaitu fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap satu variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung. Analisis ini dilaksanakan dalam satu tahap sebab ketujuh variabel penyebab tersebut ingin diuji daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung dalam satu model penelitian.

2.6. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan melalui perhitungan nilai Cronbach's Alpha. Semakin besar nilai yang diperoleh dan mendekati 1, semakin baik tingkat konsistensi instrumen. Sementara nilai yang mendekati 0 mengindikasikan kuesioner belum mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

2.7. Uji Hipotesis

Pengujian asumsi sementara dalam penelitian ini menggunakan Uji F dan Uji t. Di samping itu, juga digunakan Analisis Koefisien Determinasi untuk mengukur kontribusi variabel penyebab terhadap variabel akibat.

2.8. Tahapan Penelitian

Penelitian kuantitatif ini dilakukan melalui delapan tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah perumusan masalah, yang menjadi landasan penting dalam menentukan arah penelitian. Perumusan masalah yang jelas dan terarah diperlukan agar pembahasan tetap fokus, tidak melebar dari topik yang telah ditentukan, serta mampu menghasilkan solusi yang lebih tepat dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.Tahap kedua terkait tinjauan pustaka, yang merupakan landasan teori bagi penelitian yang dilakukan. Juga memberi arah supaya penelitian yang dilakukan tidak mengulang penelitian lampau yang telah dilakukan.Tahap ketiga adalah perumusan hipotesis. Hipotesis merupakan asumsi sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Asumsi sementara dapat membantu peneliti tetap berkonsentrasi pada hubungan yang ingin diteliti. Tahap keempat adalah penyusunan desain penelitian yang meliputi penentuan metode penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik sampling, instrumen penelitian, serta teknik analisis data. Tahap kelima merupakan pengumpulan data, yang meliputi penentuan metode yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Tahap keenam adalah pengolahan dan analisis data. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan teknik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, hasil analisis tersebut diinterpretasikan untuk memperoleh informasi dan menarik kesimpulan yang dapat menjawab permasalahan penelitian. Tahap ketujuh ditandai dengan penarikan kesimpulan. Merupakan tahap yang

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

merangkum hasil analisis data dan pengujian hipotesis guna menjawab rumusan masalah. Tahap kedelapan merupakan tahap akhir dalam pelaksanaan penelitian, yaitu menyusun seluruh kegiatan dan hasil penelitian secara sistematis, runtut, dan lengkap. Pada tahap ini, seluruh data, hasil analisis, serta pembahasan yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya dituangkan ke dalam laporan penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai proses dan hasil penelitian secara keseluruhan.

2.9. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Hotel Laweyan. Hotel tersebut beralamat di Jl. Dr. Rajiman No.568A, Sondakan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57147, Indonesia. Hotel ini berlokasi di kawasan Laweyan, yang dikenal sebagai pusat batik serta merupakan kawasan kota tua di Surakarta. Lokasinya juga cukup strategis karena berdekatan dengan stasiun Purwosari dan Solo Square Mall.

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama enam bulan. Dimulai pada awal bulan Juni 2026 sampai dengan November 2026.

2.10. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengunjung Hotel Laweyan selama bulan Juli 2026. Namun, dalam pelaksanaannya tidak semua pengunjung dapat diwajibkan untuk mengisi kuesioner, sehingga penggunaan teknik sampling yang sesuai adalah *accidental sampling* (*convenience sampling*) dengan pendekatan *voluntary response* (respon sukarela), yaitu pengambilan sampel berdasarkan siapa saja pengunjung yang secara kebetulan datang dan bersedia mengisi kuesioner. Penggunaan teknik pengambilan sampel ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perdamiano et al. [5], yang juga menerapkan teknik sampling yang serupa. Kuesioner disediakan di meja resepsionis hotel, dan pihak resepsionis membantu menawarkan kepada setiap tamu yang datang atau menginap untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner tersebut. Dengan demikian, sampel penelitian terbentuk dari pengunjung yang tersedia pada saat itu dan secara sukarela memberikan jawaban, tanpa adanya paksaan. Pendekatan ini dipilih karena lebih realistis dengan kondisi lapangan, tetap menghormati kenyamanan pengunjung, serta dimungkinkan untuk memperoleh data sesuai dengan situasi aktual di Hotel Laweyan selama periode penelitian.

2.11. Jenis-Jenis Data dalam Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dari responden, yaitu pengunjung Hotel Laweyan selama periode Juli 2026. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner yang telah disediakan di area resepsionis hotel. Metode ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bako dan Gunawan, yang juga menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pengunjung hotel [4]. Selain melalui kuesioner, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi terhadap kondisi internal dan eksternal Hotel Laweyan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, wawancara juga dilakukan dengan pihak pengelola Hotel Laweyan.

2.12. Teknik Penghimpunan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu pembagian kuesioner kepada responden, observasi terhadap lokasi penelitian, dan wawancara dengan narasumber. Melalui kuesioner responden diminta memberikan penilaian untuk mengukur tujuh variabel independen, yaitu fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan. Selain itu, terdapat satu variabel dependen, yaitu kepuasan pengunjung. Setiap variabel diukur melalui dua butir pernyataan yang disusun berdasarkan aspek yang relevan dengan masing-masing variabel. Responden diminta memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan sesuai dengan kondisi atau pengalaman yang mereka rasakan selama berkunjung atau menginap di Hotel Laweyan. Dengan demikian, keseluruhan instrumen penelitian terdiri atas 16 butir pernyataan.

Pengukuran tanggapan responden menggunakan skala Likert dengan lima alternatif pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Responden memberikan tanda centang (√) pada satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman mereka. Setiap pernyataan hanya dapat diberikan satu pilihan jawaban. Pilihan jawaban tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Pilihan Sangat Setuju (SS) menunjukkan tingkat persetujuan paling tinggi, sedangkan Sangat Tidak Setuju (STS) menunjukkan tingkat persetujuan paling rendah. Pilihan Netral (N) digunakan apabila responden tidak memiliki kecenderungan untuk menyatakan setuju maupun tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Setiap pilihan jawaban memiliki

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

bobot nilai yang berbeda, yaitu Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5, Setuju (S) diberi nilai 4, Netral (N) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1.

Pernyataan dalam kuesioner selanjutnya dikelompokkan berdasarkan variabel penelitian. Kelompok pertama mengukur aspek fasilitas hotel melalui pernyataan mengenai kebersihan dan kenyamanan kamar serta kondisi dan fungsi peralatan yang tersedia. Kelompok kedua mengukur persepsi harga, yang mencakup kesesuaian harga dengan fasilitas yang diperoleh serta keterjangkauan harga hotel. Kelompok ketiga berkaitan dengan promosi, yang diukur melalui kemudahan responden dalam memperoleh informasi promosi dan kesesuaian informasi promosi dengan kondisi yang sebenarnya. Kelompok keempat mengukur aspek lokasi hotel, khususnya mengenai kemudahan akses menuju hotel dan kedekatan lokasi dengan pusat aktivitas kota. Selanjutnya, kualitas pelayanan diukur melalui kemampuan petugas dalam memberikan informasi secara jelas dan ramah serta kecepatan karyawan dalam membantu kebutuhan tamu. Proses reservasi diukur berdasarkan kemudahan dalam melakukan pemesanan kamar dan kecepatan hotel dalam memberikan konfirmasi reservasi. Sementara itu, penanganan keluhan diukur melalui kecepatan hotel dalam menangani keluhan serta tingkat kepuasan responden terhadap solusi yang diberikan. Variabel kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen diukur melalui dua aspek, yaitu kepuasan setelah memperoleh pengalaman menginap dan kecenderungan untuk melakukan kunjungan kembali serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Seluruh butir pernyataan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai penilaian responden terhadap faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan mereka selama berkunjung di Hotel Laweyan.

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

3.1. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan perhitungan nilai Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi yang semakin baik. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang rendah sehingga belum mampu menghasilkan pengukuran yang konsisten.

Tabel 1. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	8

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.923. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Artinya, setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki hubungan yang baik dalam mengukur variabel yang sama. Kuesioner juga dapat memberikan hasil yang relatif tetap dan dapat dipercaya apabila digunakan dalam kondisi yang sama. Jika kuesioner diberikan kepada responden yang sama pada waktu yang berbeda dengan kondisi yang relatif sama, hasil yang diperoleh diharapkan tidak mengalami perubahan yang besar. Oleh karena itu, instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

3.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda satu tahap merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel penyebab terhadap satu variabel akibat secara bersamaan dalam satu model regresi. Dalam penelitian ini, terdapat tujuh variabel penyebab, yaitu fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan, serta satu variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung. Analisis ini dilaksanakan dalam satu tahap karena ketujuh variabel penyebab tersebut diuji secara bersamaan untuk mengetahui daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung dalam satu model penelitian.

Tabel 2. Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

1	(Constant)	-.316	.281		-1.124	.263
	Fasilitas Hotel	.037	.040	.039	.921	.359
	Persepsi Harga	.301	.062	.285	4.886	.000
	Promosi	.029	.030	.036	.982	.328
	Lokasi Hotel	.073	.032	.087	2.270	.025
	Kualitas Pelayanan	.054	.037	.061	1.457	.148
	Proses Reservasi	.540	.055	.541	9.824	.000
	Penanganan Keluhan	.008	.025	.012	.336	.738

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung
Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai koefisien regresi dari setiap variabel yang dianalisis. Nilai tersebut selanjutnya digunakan untuk menyusun persamaan regresi sebagai berikut:

KEP = -0.316 + 0.037FAS + 0.301HRG + 0.029PRO + 0.073LOK + 0.054KUA + 0.540PES + 0.008PEN + e (2)

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi *Constant* memiliki tanda negatif, sedangkan koefisien regresi pada seluruh variabel penyebab, yaitu fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan, memiliki tanda positif. Secara umum, tanda positif pada koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada masing-masing variabel penyebab cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pengunjung, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Sementara itu, tanda negatif pada *Constant* menunjukkan bahwa nilai dasar kepuasan pengunjung dalam persamaan regresi berada pada nilai negatif ketika seluruh variabel penyebab dianggap bernilai nol.

Penjelasan lebih lanjut mengenai hasil persamaan regresi yang tercantum pada Tabel 2 disajikan sebagai berikut :

a *Constant* -0.316
Constant merupakan nilai variabel akibat yang diperoleh ketika nilai variabel penyebab sama dengan nol. Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai *constant* sebesar -0.316. Hal ini menunjukkan bahwa apabila fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan sebagai variabel penyebab bernilai nol, maka nilai kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat diprediksi sebesar -0.316. Tanda negatif pada nilai *constant* menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel penyebab bernilai 0, nilai variabel akibat yang diprediksikan oleh model regresi berada pada nilai negatif sebesar 0.316. Tanda negatif tersebut merupakan nilai matematis dari titik potong dalam persamaan regresi dan tidak menunjukkan bahwa variabel penyebab memiliki pengaruh negatif terhadap variabel akibat.

b Koefisien Regresi Fasilitas Hotel +0.037
Koefisien regresi fasilitas hotel sebesar +0.037 menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan fasilitas hotel sebesar satu skor, maka kepuasan pengunjung diprediksikan meningkat sebesar 0.037 skor, dengan asumsi variabel penyebab lainnya tetap. Tanda positif (+) pada koefisien regresi menunjukkan adanya hubungan yang searah antara fasilitas hotel sebagai variabel penyebab dan kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat. Dengan demikian, semakin tinggi nilai fasilitas hotel, maka semakin tinggi pula nilai kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat.

c Koefisien Regresi Persepsi Harga +0.301
Nilai koefisien regresi persepsi harga sebesar +0.301 mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi harga sebesar satu skor akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pengunjung sebesar 0.301 skor, dengan ketentuan bahwa variabel penyebab lainnya berada dalam kondisi tetap. Adanya tanda positif (+) menunjukkan bahwa persepsi harga dan kepuasan pengunjung memiliki hubungan yang searah dalam model regresi. Artinya, apabila persepsi harga mengalami peningkatan, maka kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat juga diprediksi mengalami peningkatan.

d Koefisien Regresi Promosi +0.029
Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi memiliki koefisien regresi sebesar +0.029. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa peningkatan promosi sebesar satu skor diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.029 skor, sementara variabel penyebab lainnya diasumsikan tidak mengalami perubahan. Koefisien yang bertanda positif (+) menggambarkan arah hubungan yang sejalan antara promosi

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

sebagai variabel penyebab dan kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat. Oleh karena itu, semakin baik promosi yang dilakukan, maka nilai kepuasan pengunjung diperkirakan turut mengalami peningkatan.

e Koefisien Regresi Lokasi Hotel +0.073
Lokasi hotel memperoleh nilai koefisien regresi sebesar +0.073. Nilai tersebut mengandung arti bahwa apabila lokasi hotel mengalami peningkatan sebesar satu skor, maka kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat diprediksikan mengalami peningkatan sebesar 0.073 skor, dengan menganggap variabel penyebab lainnya tetap. Tanda positif (+) pada koefisien menunjukkan bahwa perubahan lokasi hotel memiliki arah yang sama dengan perubahan kepuasan pengunjung. Dengan kata lain, semakin baik dan strategis lokasi hotel, maka kepuasan pengunjung diperkirakan akan semakin meningkat.

f Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan +0.054
Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar +0.054 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu skor diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.054 skor, dengan asumsi variabel penyebab lainnya berada dalam kondisi tetap. Nilai koefisien yang bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Dengan kata lain, semakin tinggi skor kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula skor kepuasan pengunjung yang diprediksikan berdasarkan model regresi.

g Koefisien Regresi Proses Reservasi +0.540
Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel proses reservasi memiliki koefisien regresi sebesar +0.540. Angka tersebut mengindikasikan bahwa apabila skor proses reservasi meningkat satu skor, maka skor kepuasan pengunjung diperkirakan turut bertambah sebesar 0.540 skor, dengan catatan bahwa variabel penyebab lainnya tidak mengalami perubahan. Tanda positif pada koefisien menggambarkan bahwa proses reservasi memiliki pengaruh dengan arah yang sama terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, perbaikan pada proses reservasi cenderung diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan pengunjung sebagaimana yang diprediksikan dalam model regresi.

h Koefisien Regresi Penanganan Keluhan +0.008
Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel penanganan keluhan memiliki nilai koefisien sebesar +0,008. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor pada variabel penanganan keluhan diperkirakan dapat meningkatkan skor kepuasan pengunjung sebesar 0.008 skor, dengan asumsi variabel penyebab lainnya tidak mengalami perubahan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara penanganan keluhan dan kepuasan pengunjung. Dengan kata lain, semakin baik penanganan keluhan yang diberikan, maka kepuasan pengunjung juga cenderung mengalami peningkatan sesuai dengan hasil prediksi model regresi.

Tanda pada koefisien regresi variabel penyebab menunjukkan nilai positif, yang terdiri atas fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penyebab memiliki arah hubungan yang sejalan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat. Dengan demikian, peningkatan pada masing-masing variabel penyebab, dengan asumsi variabel penyebab lainnya tetap, diprediksikan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pengunjung.

Ditinjau dari besarnya nilai koefisien regresi, proses reservasi memiliki nilai tertinggi, yaitu +0.540, diikuti oleh persepsi harga sebesar +0.301, lokasi hotel sebesar +0.073, kualitas pelayanan sebesar +0.054, fasilitas hotel sebesar +0.037, promosi sebesar +0.029, dan penanganan keluhan sebesar +0.008. Nilai tersebut menunjukkan bahwa proses reservasi memiliki daya pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung apabila dilihat dari koefisien regresi, sedangkan penanganan keluhan memiliki nilai koefisien paling kecil.

Temuan tersebut diperkuat oleh nilai Standardized Coefficients Beta pada Tabel 2. Proses reservasi memiliki nilai Beta sebesar 0.541, sedangkan penanganan keluhan memiliki nilai Beta sebesar 0.012. Nilai tersebut menunjukkan bahwa proses reservasi memiliki koefisien terstandar paling besar dibandingkan variabel independen lainnya, sementara penanganan keluhan memiliki koefisien terstandar paling kecil. Dengan demikian, berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, proses reservasi memiliki daya pengaruh relatif paling besar terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan penanganan keluhan memiliki daya pengaruh relatif paling kecil dalam model regresi.

Secara interpretatif, setiap peningkatan satu skor pada proses reservasi diprediksikan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.540 skor, sedangkan peningkatan satu skor pada penanganan keluhan diprediksikan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.008 skor, dengan asumsi variabel independen

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

lainnya tetap. Dengan demikian, semakin besar nilai koefisien regresi, semakin besar pula perubahan skor kepuasan pengunjung yang diprediksikan oleh model untuk setiap peningkatan satu skor pada variabel yang bersangkutan.

3.3. Uji Hipotesis

Asumsi sementara dalam penelitian ini mengarah pada dugaan bahwa aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan memiliki daya pengaruh, baik secara bersamaan maupun secara sepihak terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Di antara aspek-aspek tersebut, proses reservasi diduga memiliki daya pengaruh paling dominan, sedangkan penanganan keluhan diperkirakan memiliki daya pengaruh paling tidak dominan terhadap kepuasan pengunjung. Untuk membuktikan asumsi sementara tersebut, penelitian ini menggunakan Uji F untuk memahami daya pengaruh variabel penyebab secara bersamaan dan Uji t untuk memahami daya pengaruh masing-masing variabel penyebab secara sepihak terhadap variabel akibat. Selain kedua pengujian tersebut, Analisis Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel penyebab secara keseluruhan dalam menjelaskan perubahan kepuasan pengunjung Hotel Laweyan.

3.3.1. Uji F

Uji F digunakan untuk memahami daya pengaruh variabel-variabel penyebab secara bersamaan terhadap variabel akibat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel-variabel penyebab secara bersamaan dinyatakan memiliki daya pengaruh terhadap variabel akibat. Selain melalui perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel}, keputusan pengujian juga dapat dilihat dari nilai signifikansi F. Apabila nilai signifikansi < 0.05, maka dapat dipahami bahwa variabel-variabel penyebab secara bersamaan memiliki daya pengaruh yang signifikan terhadap variabel akibat.

Tabel 3. ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63.717	7	9.102	190.588	.000[b]
	Residual	5.206	109	.048		
	Total	68.923	116			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Penanganan_keluhan, Lokasi, Promosi, Fasilitas, Pelayanan, Reservasi, Harga

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F, diperoleh nilai $F_{hitung} = 190.588$. Penentuan nilai pembanding dilakukan dengan mengacu pada tabel distribusi F pada taraf signifikansi $\alpha = 0.05$, dengan derajat kebebasan pembilang df1 = 7 dan derajat kebebasan penyebut df2 = 109, sehingga diperoleh nilai $F_{tabel} = 2.09$. Hasil perbandingan kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu 190.588 > 2.09. Selain itu, hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi F = 0.000. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu $\alpha = 0.05$, sehingga memenuhi kriteria $p < \alpha$. Berdasarkan kedua hasil pengujian tersebut, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan secara bersamaan memiliki daya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, ketujuh variabel penyebab tersebut apabila diuji secara bersama-sama dalam model regresi menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung. Temuan ini menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung dapat dikaitkan dengan berbagai aspek yang diteliti, mulai dari ketersediaan fasilitas hotel, persepsi pengunjung terhadap harga, kegiatan promosi, kemudahan lokasi, kualitas pelayanan yang diberikan, proses reservasi, hingga penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak hotel. Oleh karena itu, hasil uji F memberikan bukti statistik bahwa variabel-variabel tersebut secara bersamaan mempunyai daya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada taraf signifikansi 5%. Meskipun demikian, hasil uji F menunjukkan signifikansi pengaruh secara bersamaan dan tidak secara langsung membuktikan

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

bahwa setiap variabel memiliki pengaruh signifikan apabila diuji secara terpisah. Untuk mengetahui daya pengaruh masing-masing variabel secara sepihak, diperlukan pengujian lanjutan melalui uji t.
Penelitian ini memiliki temuan yang sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan Akbar dan Cyasmoro. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aspek-aspek promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan memiliki daya pengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pengunjung Maple Hotel Grogol Jakarta [14]. Selain memperkuat temuan penelitian terdahulu, penelitian ini mengembangkan penelitian Akbar dan Cyasmoro dengan menambahkan empat variabel independen, yaitu fasilitas hotel, lokasi hotel, proses reservasi, dan penanganan keluhan, untuk menganalisis pengaruhnya secara simultan terhadap kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen. Hasil Uji F dalam penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Candra et al., yang menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki daya pengaruh bersamaan yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung hotel [10]. Penelitian ini selanjutnya mengembangkan temuan tersebut dengan menambahkan lima variabel penyebab, yaitu persepsi harga, promosi, lokasi hotel, proses reservasi, dan penanganan keluhan, untuk menganalisis daya pengaruh bersamaan variabel-variabel tersebut terhadap kepuasan pengunjung.

3.3.2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui daya pengaruh secara sepihak dengan tujuan memahami ada atau tidaknya daya pengaruh masing-masing variabel penyebab terhadap variabel akibat. Dalam memahami hasil pengujian tersebut, terdapat dua cara yang dapat digunakan. Pertama, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}. Berdasarkan derajat kebebasan (df) sebesar 109 dan taraf signifikansi (α) sebesar 0.05, nilai t_{tabel} yang diperoleh dari Tabel Titik Kritis Distribusi t untuk pengujian satu arah adalah sebesar 1.65895. Dengan demikian, apabila nilai $t_{hitung} > 1.65895$, maka dapat dipahami bahwa terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab yang diuji terhadap variabel akibat. Sebaliknya, apabila nilai $t_{hitung} \leq 1.65895$, maka belum terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa daya pengaruh variabel penyebab terhadap variabel akibat signifikan berdasarkan kriteria perbandingan tersebut. Kedua, hasil pengujian dapat dipahami dengan memperhatikan nilai signifikansi t atau probabilitas (p). Apabila $p < 0.05$, maka dapat dipahami bahwa variabel penyebab yang diuji memiliki daya pengaruh yang signifikan secara sepihak terhadap variabel akibat. Sebaliknya, apabila $p \geq 0.05$, maka daya pengaruh variabel penyebab terhadap variabel akibat tidak terbukti signifikan secara statistik pada taraf signifikansi 5%. Oleh karena itu, perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel}, serta pemeriksaan nilai signifikansi (p), dapat digunakan sebagai dasar untuk memahami dan menarik kesimpulan mengenai daya pengaruh masing-masing variabel penyebab terhadap variabel akibat berdasarkan hasil uji t.

Tabel 4. Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-1.124	.263
	Fasilitas Hotel	.921	.359
	Persepsi Harga	4.886	.000
	Promosi	.982	.328
	Lokasi Hotel	2.270	.025
	Kualitas Pelayanan	1.457	.148
	Proses Reservasi	9.824	.000
	Penanganan Keluhan	.336	.738

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung
Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS

Hasil Uji t yang telah dilaksanakan selanjutnya diuraikan untuk menjelaskan daya pengaruh sepihak dari masing-masing variabel penyebab terhadap variabel akibat :
a Aspek Fasilitas Hotel

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

Berdasarkan Tabel 4 mengenai hasil Uji t, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 0.921 < t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi t sebesar 0.359 > 0.05. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas hotel tidak memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti tidak terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu fasilitas hotel terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%.

b Aspek Persepsi Harga

Merujuk pada hasil Uji t yang disajikan dalam Tabel 4, diperoleh nilai $t_{hitung} = 4.886 > t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu persepsi harga terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%. Temuan ini senada dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fanny dan Lestari, yang menunjukkan bahwa harga memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung hotel [22]. Juga selaras dengan temuan pada penelitian terdahulu Subagja dan Firdaus bahwa harga memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung hotel [3].

c Aspek Promosi

Sesuai Tabel 4 hasil Uji t, diperoleh nilai $t_{hitung} = 0.982 < t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi t sebesar 0.328 > 0.05. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Oleh karena itu, H0 diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu promosi terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya *empirical gap* (kesenjangan empiris) dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akakip et al. [16]. Penelitian tersebut menemukan bahwa promosi memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Santika Luwuk, sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan temuan yang berbeda.

d Aspek Lokasi Hotel

Mengacu pada hasil Uji t yang disajikan dalam Tabel 4, diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.270 > t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.025 < 0.05. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa lokasi hotel memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu lokasi hotel terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%.

e Aspek Kualitas Pelayanan

Sejalan dengan Tabel 4 hasil Uji t, diperoleh nilai $t_{hitung} = 1.457 < t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi t sebesar 0.148 > 0.05. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Oleh karena itu, H0 diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%. Hal ini berbeda dengan temuan pada penelitian terdahulu Akakip et al., yang menyatakan terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari aspek kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Hotel Santika Luwuk [16]. Perbedaan temuan juga terlihat jika dibandingkan dengan penelitian Fanny dan Lestari, yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung hotel [22]. Kedua penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya *empirical gap* (kesenjangan empiris) terkait daya pengaruh aspek kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung hotel.

f Aspek Proses Reservasi

Berdasarkan hasil Uji t yang disajikan dalam Tabel 4, diperoleh nilai $t_{hitung} = 9.824 > t_{tabel} = 1.65895$. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa proses reservasi memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

Laweyan. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu proses reservasi terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%.

g Aspek Penanganan Keluhan

Selaras dengan Tabel 4 mengenai hasil Uji t, diketahui bahwa nilai t_{hitung} = 0.336 < t_{tabel} = 1.65895. Selain itu, nilai signifikansi t sebesar 0.738 > 0.05. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti tidak terdapat daya pengaruh sepihak yang signifikan dari variabel penyebab, yaitu penanganan keluhan terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, pada taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan hasil pengujian daya pengaruh sepihak masing-masing variabel penyebab terhadap variabel akibat, diketahui bahwa terdapat tiga variabel penyebab yang memiliki daya pengaruh sepihak signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, yaitu persepsi harga, lokasi hotel, dan proses reservasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4.886 dengan nilai signifikansi 0.000, variabel lokasi hotel memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.270 dengan nilai signifikansi 0.025, sedangkan variabel proses reservasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9.824 dengan nilai signifikansi 0.000. Seluruh variabel tersebut memiliki nilai signifikansi < 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi harga, lokasi hotel, dan proses reservasi masing-masing memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan.

Di antara ketiga variabel penyebab tersebut, proses reservasi memiliki daya pengaruh sepihak yang paling dominan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 9.824, yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan kedua variabel penyebab lainnya. Selain itu, variabel proses reservasi memiliki koefisien regresi terstandarisasi (*Standardized Beta*) sebesar 0.541, yang merupakan nilai terbesar di antara ketiga variabel penyebab. Temuan ini menunjukkan bahwa proses reservasi merupakan variabel yang paling dominan daya pengaruh sepihaknya terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Oleh karena itu, berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa proses reservasi merupakan aspek yang paling dominan daya pengaruh sepihaknya terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan.

Sebaliknya, penanganan keluhan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0.336, yang merupakan nilai terkecil di antara semua variabel penyebab, dengan nilai signifikansi t sebesar 0.738. Nilai signifikansi tersebut > 0.05, sehingga menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Hal ini diperkuat oleh nilai koefisien regresi terstandarisasi (*Standardized Beta*) sebesar 0.012, yang merupakan nilai terendah di antara semua variabel penyebab. Dengan demikian, aspek penanganan keluhan tidak hanya merupakan aspek yang paling tidak dominan daya pengaruh sepihaknya, tetapi juga tidak terbukti memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan.

3.4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antara variabel penyebab dan variabel akibat melalui persamaan matematis. Nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya persentase variasi pada variabel akibat yang dapat dijelaskan oleh variabel penyebab dalam model yang dibangun.

Tabel 5. Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.961[a]	.924	.920	.219	.924	190.588	7	109	.000

a. Predictors: (Constant), Penanganan_keluhan, Lokasi, Promosi, Fasilitas, Pelayanan, Reservasi, Harga

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 10 No.4 (November 2026)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung
Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS

Mengacu pada Tabel 5. *Model Summary*, nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0.924. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel penyebab, yang terdiri atas fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan, memiliki daya pengaruh sebesar 92.4% terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Adapun sebesar 7.6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model matematis penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain nilai tambah dan pengalaman pengunjung, yang dapat berkaitan dengan keberagaman dan kualitas makanan, ketersediaan program loyalitas seperti fasilitas *late check-out*, serta kesesuaian antara informasi atau reputasi hotel berdasarkan ulasan dengan kondisi nyata yang dialami pengunjung.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS. Kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel karena dapat memberikan hasil yang relatif tetap dan dapat dipercaya apabila digunakan dalam kondisi yang sama.

Tanda pada koefisien regresi seluruh variabel penyebab, yang terdiri atas fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan, adalah positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penyebab memiliki arah hubungan yang sejalan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel akibat. Dengan demikian, peningkatan pada masing-masing variabel penyebab, dengan asumsi variabel penyebab lainnya tetap, diprediksikan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pengunjung.

Secara bersamaan, aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan memiliki daya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Variabel-variabel penyebab tersebut memiliki daya pengaruh sebesar 92.4% terhadap variabel akibat, yaitu kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Adapun sebesar 7.6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model matematis penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain nilai tambah dan pengalaman pengunjung, yang dapat berkaitan dengan keberagaman dan kualitas makanan, ketersediaan program loyalitas seperti fasilitas late check-out, serta kesesuaian antara informasi atau reputasi hotel berdasarkan ulasan dengan kondisi nyata yang dialami pengunjung.

Terdapat tiga variabel penyebab yang memiliki daya pengaruh sepihak signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan, yaitu persepsi harga, lokasi hotel, dan proses reservasi. Di antara ketiga variabel penyebab tersebut, proses reservasi memiliki daya pengaruh sepihak yang paling dominan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan. Sebaliknya, penanganan keluhan memiliki daya pengaruh relatif paling kecil dalam model regresi. Selain merupakan aspek yang paling tidak dominan daya pengaruh sepihaknya, penanganan keluhan juga tidak terbukti memiliki daya pengaruh sepihak yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pengunjung Hotel Laweyan.

Temuan tersebut memberikan pemahaman bahwa daya pengaruh aspek fasilitas hotel, persepsi harga, promosi, lokasi hotel, kualitas pelayanan, proses reservasi, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pengunjung hotel secara bersamaan menjadi dasar dalam penyusunan strategi umum, sedangkan analisis daya pengaruh aspek secara sepihak membantu menetapkan prioritas pada tiap aspek. Dengan mengetahui aspek yang paling dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung, manajemen Hotel Laweyan dapat memaksimalkan aspek tersebut dari sisi fokus investasi, strategi diferensiasi, serta standarisasi dan kontrol ketat. Di sisi lain, memahami aspek yang paling tidak dominan daya pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung juga tidak kalah penting. Berlandaskan data tersebut, manajemen Hotel Laweyan dapat menghindari pemborosan pada investasi aspek tersebut. Aspek ini merupakan prioritas sekunder dan dapat dipertahankan pada tingkat yang cukup baik, bukan sempurna. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan rujukan bagi penelitian berikutnya terkait manajemen pemasaran hotel.

REFERENSI

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

[1] L. Lestari, R. Wong, S. Febdarina, Maryantina, and A. Suryana, "Pengaruh Pelayanan Prima Front Dest Agent terhadap Kepuasan Tamu di The Zuri Hotel Pekanbaru," *TOBA (Journal Tour. Hosp. Destin.*, vol. 5, no. 1, pp. 50–62, 2026, doi: 10.55123/toba.v5i1.7367.

[2] A. D. Setyawati and L. I. Vitaharsa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Veranda Pakubuwono," *J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 7243–7253, 2026.

[3] A. D. Subagja and D. Firdaus, "Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Sari Alam Hot Spring and Resort Hotel Subang," *WBAJ World Bus. Adm. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–10, 2023.

[4] E. N. Bako and M. I. Gunawan, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN DI HOTEL GRAND SAKURA KOTA MEDAN," *J. Visi Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 12–23, 2024.

[5] P. Eligion, I. T. Sukmana, and I. G. A. Mertayasa, "Factors Affecting Guest Satisfaction at The Haven Bali Seminyak Hotel," *J. Ekon. Bisnis, dan Hum.*, vol. 4, no. 2, pp. 67–74, 2025.

[6] P. R. T. Sinaga, A. M. Saragih, E. Simanungkalit, Jumjuma, and Nursiah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Grandhika Setiabudi Medan," *J. Manag. Creat. Bus.*, vol. 2, no. 4, pp. 228–247, 2024.

[7] M. Herlina, A. P. K.Gheta, and D. Realino, "PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA HOTEL MATHILDA MAUMERE," *Nian Tana Sikk. J. Ilm. Mhs.*, vol. 4, no. 1, pp. 115–132, 2026.

[8] T. N. Tan, I. K. Bagiastra, and P. A. R. Anggratiyas, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP TINGKAT KEPUASAN TAMU PADA DEPARTEMEN FRONT OFFICE DI IDOOP HOTEL BY PRASANTHY," *JRTour J. Responsible Tour.*, vol. 5, no. 3, pp. 1593–1604, 2026.

[9] S. Jumheri and S. Paludi, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI DALAM MEMPENGARUHI KEPUASAN TAMU HOTEL," *Equilib. J. Penelit. Pendidik. dan Ekon.*, vol. 20, no. 02, pp. 231–244, 2023.

[10] K. Candra, P. S. Jayendra, and N. L. G. S. D. Astuti, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Tamu," *PARIS (Jurnal Pariwisata dan Bisnis)*, vol. 4, no. 2, pp. 2018–2031, 2025.

[11] A. M. R. Djong and R. M. Sepeibu, "DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RAHMA KEDAI DAN RESTO TAWANGMANGU," *J. Lentera Bisnis*, vol. 15, no. 1, pp. 683–701, 2026, doi: 10.34127/jrlab.v15i1.2012.

[12] R. Nandito and E. Fairliantina, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PARK HOTEL CAWANG," *Ecoment Glob.*, vol. 8, no. 2, pp. 1–10, 2023.

[13] A. W. N and Pasaribu, "PERAN PERSEPSI HARGA DAN LOKASI DALAM MEMBENTUK NIAT BERKUNJUNG KEMBALI TAMU HOTEL DI KAWASAN KAMPUS : STUDI PADA UNP HOTEL & CONVENTION," *J. Fill. Fill. Manag. Tour.*, pp. 747–752, 2025.

[14] Akbar and V. Cyasmoro, "Pengaruh Promosi , Persepsi Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maple Hotel Grogol Jakarta," *eCo-Buss Econ. Bus.*, vol. 7, no. 2, pp. 981–991, 2024, doi: 10.32877/eb.v7i2.1536.

[15] J. Asan, A. Rahman, and I. K. R., "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS PADA SHOWROOM UD. PRIMA MOBIL MALANG," *JIRAM J. Ilm. Ris. Apl. Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 632–646, 2023.

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

[16] F. E. D. Akakip, H. Ariwijaya, and I. Milang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk," *AKSARA J. Ilmu Pendidik. Nonform.*, vol. 09, no. 1, pp. 485–500, 2023.

[17] E. Soewarno, A. Hudiyani, and F. F. Sugiarti, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL ABADI DI PANGKALAN BUN," *Magenta*, vol. 9, no. 2, pp. 93–100, 2021.

[18] A. Padur, H. K. Yuni, and I. P. B. A. Putra, "Analisis Prosedur Penanganan Reservasi Produk Wisata Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di PT . Bali Sundaram Travel," *J. Daya Tarik Wisata*, vol. 7, no. 1, pp. 1–7, 2025.

[19] M. P. Sari, N. N. Ardani, and P. C. Semesta, "Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan Pada PT Bali Daksina Wisata Denpasar," *J. Daya Tarik Wisata*, vol. 7, no. 1, pp. 16–23, 2025.

[20] N. Nurmayani, Y. Nurendah, S. Pujiastuti, and C. V. S. H. Suryanti, "Tinjauan Atas Penanganan Keluhan Pelanggan Pada Hotel The Mirah Bogor," *JABKES J. Apl. Bisnis Kesatuan*, vol. 3, no. 3, pp. 223–230, 2023, doi: 10.37641/jabkes.v3i3.2087.

[21] R. A. Febrina, Sulastini, and P. A. Mayvita, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL TREEPARK BANJARMASIN," *Pros. Semin. Nas. Ekon.*, pp. 186–202, 2023.

[22] Fanny and R. B. Lestari, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN HOTEL HARVANI PALEMBANG," *MDP STUDENT Conf.*, no. 2, pp. 319–325, 2023.

DOI: 10.52362/jisamar.v10i4.2682
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.