



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kamar Terhadap Loyalitas Tamu Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Pangeran Beach Hotel Padang

*Febbi Ari Istiqomah

 <https://orcid.org/>

Universitas Negeri Padang
 Departemen Pariwisata dan Perhotelan
febbiaristiqomah@gmail.com

*Youmil Abrian

 <https://orcid.org/>

Universitas Negeri Padang
abrian.youmil@fpp.unp.ac.id

Abstract Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan kamar di Hotel Pangeran Beach Padang terhadap loyalitas tamu, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini memakai metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal (sebab akibat) melalui metode survei. Sampel yang dipakai berada pada kategori sedang, dengan skor masing-masing yang besarnya 4,06, 3,93, 4,01, dan 3,98. Data dianalisis memakai statistik deskriptif dan SEM (PLS). Hipotesis diuji memakai t-statistik dan nilai-p. Jika t-statistik melebihi t-tabel atau nilai-p tidak melebihi 0,05, maka hipotesis terkonfirmasi. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa variabel X1 secara signifikan mempengaruhi variabel Z (t-statistik 5,188) dan variabel Y (t-statistik 3,842). Selanjutnya, variabel Z (t-statistik 5,024) dan variabel Y (t-statistik 3,107) secara signifikan dipengaruhi oleh variabel X2. Berikutnya, variabel Z memperlihatkan dampak yang kuat pada variabel Y, sebagaimana dibuktikan oleh t-statistiknya yang besarnya 2,078. Disamping itu, ditemukan bahwa, melalui t-statistik 1,726 untuk variabel X1 dan t-statistik 2,306 untuk variabel X2, tiap-tiapnya berdampak pada variabel Y melalui variabel Z. Setiap hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas Kamar, Kepuasan Tamu, dan Loyalitas Tamu

PENDAHULUAN

Selama bertahun-tahun, pariwisata telah diakui sebagai salah satu bidang ekonomi yang paling dinamis dan potensinya besar untuk mendorong ekonomi suatu negara terus bertumbuh. Bukan hanya sektor wisatawan yang menghasilkan uang, tetapi juga berdampak positif pada industri lain seperti transportasi, kuliner, perhotelan, dan jasa. Menurut UU No. 10/2009 yang membahas Kepariwisata Indonesia, Istilah "pariwisata" mengacu pada berbagai aktivitas yang ada kaitannya dengan pariwisata yang didukung oleh berbagai sumber daya dan fasilitas yang ditawarkan oleh komunitas lokal, negara bagian, federal, dan bisnis. Definisi ini menekankan pentingnya kerja sama antara berbagai pihak untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan berkelanjutan.

Sebagai bagian penting dari sektor pariwisata, sektor perhotelan memainkan peran penting dalam menyediakan akomodasi yang nyaman dan layanan berkualitas tinggi bagi wisatawan. Menurut definisi American Hotel and Motel Associations (AHMA) yang dikutip dalam penelitian Soewarno, Hudiyani, dan Sugiarti (2021), hotel ialah setiap bangunan yang mengenakan biaya untuk penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas tambahan untuk individu, bahkan mereka yang bermaksud tinggal untuk jangka waktu singkat. Hotel yang baik tidak hanya memiliki kamar yang bagus, tetapi juga harus dapat menawarkan banyak fitur tambahan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

Pangeran Beach Hotel Padang adalah satu diantara contoh hotel berbintang di Kota Padang, Sumatera Barat, yang memainkan peran penting dalam mendukung industri pariwisata lokal. Didirikan oleh PT. Istano Pangeran pada tahun 1989 dan diresmikan pada 21 Desember 1989, hotel ini merupakan perluasan dari Pangeran City Hotel yang lebih dahulu berdiri. Dengan total 181 kamar yang terbagi dalam beberapa kategori seperti Superior & Deluxe Room, Junior & Executive Suite, terakhir ada Pangeran Suite, hotel ini menawarkan berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan tamu. Fasilitas yang disediakan mencakup telepon lokal dan IDD, sistem suara, TV/video, AC central, serta kamar mandi dengan air dingin dan panas.

Sebagai hotel yang terletak di tepi pantai, Pangeran Beach Hotel menawarkan lokasi yang ideal untuk menikmati liburan pantai serta menjelajahi keindahan alam Sumatera Barat. Selain itu, keberadaannya yang berada di pusat perkotaan yang dekat dengan pusat untuk berbelanja seperti mall dan pasar menjadikannya pilihan yang strategis bagi wisatawan. Hotel ini juga sering dijadikan tempat untuk berbagai acara, dari *event* kecil hingga besar, dan sering dipilih oleh tamu asing karena akses langsung ke pantai yang memudahkan mereka untuk berjemur.

Tabel 1. Data Tingkat *Occupancy* dan Data Target Tingkat *Occupancy* pada tahun 2019-2023 di Pangeran Beach Hotel Padang

No	Tahun	Data Tingkat <i>Occupancy</i>	Target Tingkat <i>Occupancy</i>
1	2019	76,58%	70%

2	2020	50,53%	74%
3	2021	69,10%	80%
4	2022	71,57%	84%
5	2023	74,98%	85%

Sumber: *Front Office Hotel Pangeran Beach Padang*, 2024

Data tingkat *occupancy* Pangeran Beach Hotel dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2019, hotel ini berhasil mencapai tingkat *occupancy* sebesar 76,58%, melampaui target 70%. Namun, pada tahun 2020, *occupancy* turun drastis menjadi 50,53%, jauh di bawah target 74%, akibat dampak pandemi COVID-19 yang mempengaruhi seluruh industri pariwisata secara global. Pandemi menyebabkan penurunan tajam dalam kunjungan wisatawan dan pemerintah menerapkan pembatasan perjalanan yang berdampak pada sektor perhotelan. Pada tahun-tahun berikutnya, meskipun target *occupancy* meningkat, realisasi tingkat *occupancy* tidak mencapai target yang ditetapkan. Pada tahun 2021, target *occupancy* adalah 80%, tetapi realisasinya hanya 69,10%. Demikian pula, pada tahun 2022 dan 2023, meskipun target *occupancy* masing-masing sebesar 84% dan 85%, realisasi *occupancy* hanya mencapai 71,57% dan 74,98%. Data ini menunjukkan adanya fluktuasi yang perlu ditangani dengan penindakan yang tepat untuk menjadikan *occupancy* meningkat dan memenuhi target yang ditetapkan.

Ulasan tamu di *Google Review* memberikan gambaran tentang kepuasan dan pengalaman menginap di Pangeran Beach Hotel. Ulasan positif mencatat bahwa tamu merasa puas dengan fasilitas dan layanan hotel, menyebutkan kamar yang luas dan nyaman, serta fasilitas tambahan seperti sajadah dan Al-Quran. Makanan dan sarapan hotel juga mendapat pujian karena variasi dan kualitasnya. Namun, ada juga ulasan negatif yang menunjukkan ketidakpuasan terkait pelayanan yang buruk, masalah fasilitas seperti AC yang tidak dingin, kondisi toilet yang kotor, serta layanan yang lambat. Masalah ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk perbaikan dalam aspek pelayanan dan fasilitas guna meningkatkan kepuasan tamu.

Loyalitas tamu merupakan salah satu indikator kunci dalam industri perhotelan, yang mengukur komitmen tamu untuk kembali menggunakan jasa hotel di masa depan. Loyalitas tamu sering kali dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Kepuasan tamu, menurut Miranti dan Yuliana (2020), “tingkat di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, yang berkontribusi pada pembelian ulang atau kesetiaan berkelanjutan”. Penelitian oleh Widyaningrum (2020) menunjukkan bahwa kepuasan tamu, kualitas pelayanan, dan fasilitas hotel adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi loyalitas tamu. Kualitas pelayanan, dengan dimensi-dimensinya seperti kehandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan bukti fisik menurut Parasuraman et al. (1988), serta fasilitas yang memadai, berperan penting dalam menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, penelitian ini mencoba mengkaji bagaimana variabel kepuasan yang perannya sebagai mediator mempengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas kamar dengan loyalitas pelanggan di Pangeran Beach Hotel Padang. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang komponen yang mempengaruhi loyalitas tamu dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan dalam pelayanan dan fasilitas guna meningkatkan kepuasan tamu serta mencapai target *occupancy* yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan memakai pendekatan asosiatif kausal (sebab akibat). Metode survei digunakan. Pangeran Beach Hotel Padang adalah tempat penelitian ini dilakukan. Data dikumpulkan dari Juli hingga Agustus 2024. Variabel dependen dipengaruhi oleh dua variabel independen yakni fasilitas kamar (X2) dan kualitas pelayanan (X1). Variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen tersebut ialah loyalitas pengunjung (Y), dan variabel mediasi yang memaparkan bagaimana variabel independen berdampak pada variabel dependen ialah kepuasan tamu (Z). Partisipan dalam penelitian ini ialah pengunjung yang telah menginap dua malam atau lebih di Hotel Pangeran Beach Padang. Metode pemilihan sampel purposif, yang didasarkan pada pertimbangan tertentu, digunakan untuk menentukan sampel. Sampel responden terdiri dari pelanggan laki-laki dan perempuan berusia antara 17 dan 60 tahun yang telah menginap di Hotel Pangeran Beach Padang setidaknya dua kali. Menurut pedoman (Hair et al., 2010), jumlah sampel maksimum penelitian dapat dihitung dengan membagi total indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Maka dari itu, total dari minimal sampel ialah 150 responden, atau 15 kali 10 = 150. Penelitian ini memakai data primer yang pengumpulannya melalui kuesioner terstruktur. Validitas dan reliabilitas instrumen juga diuji, dan data dianalisis dengan SPSS versi 29.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

a. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Data variabel kualitas pelayanan yang pengumpulannya dengan 10 pernyataan yang diuji validitas dan kredibilitasnya. Pernyataan-pernyataan ini kemudian dibagikan kepada 150 orang yang menjawab untuk mendapatkan jawaban. Hasil pengisian angket penelitian menunjukkan bahwa data utama temuan penelitian ialah berikut ini:

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Statistics		
Kualitas Pelayanan		
N	Valid	150
	Missing	0
Mean		40,62
Median		40,00
Mode		40
Std. Deviation		6,027
Variance		36,329
Range		34
Minimum		16
Maximum		50
Sum		6094

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 29.00

Dari Tabel 2, dari banyak responden 150 (n), dengan perolehan rata-rata (mean) 40,62, nilai tengah (median) 40, nilai yang sering timbul (mode) 40, simpangan baku (std. deviation) 6.027, variance 36.329, range 34, nilai minimum 16, nilai maximum 50, dan total nilai (sum) 6094.

b. *Deskripsi Data Variabel Fasilitas Kamar (X2)*

Data variabel dari fasilitas kamar dikumpulkan melalui enam pernyataan yang diuji untuk validitas dan kepercayaan. Pernyataan tersebut kemudian disebarikan kepada 150 orang yang menjawab untuk dievaluasi. Hasil pengisian angket penelitian menunjukkan bahwa data utama hasil penelitian adalah berikut ini:

Tabel 3. Deskripsi Data Variabel Fasilitas Kamar (X2)

Statistics		
Fasilitas Kamar		
N	Valid	150
	Missing	0
Mean		23,62
Median		24,00
Mode		23
Std. Deviation		3,781
Variance		14,303
Range		19
Minimum		11
Maximum		30
Sum		3544

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 29.00

Tabel 3 memperlihatkan bahwa dari banyak responden 150 (n), rata-rata (mean) sebesar 23,62, nilai tengah (median) yang besarnya 24.00, nilai yang sering timbul (mode) yang besarnya 23, simpangan baku (std. deviation) yang besarnya 3.781, variance 14.303, range 19, nilai minimum 11, nilai maximum 30 dan nilai total (sum) yang besarnya 3544.

c. *Deskripsi Data Variabel Kepuasan Tamu (Z)*

Pengumpulan data variabel kepuasan tamu ialah dengan enam pernyataan yang diuji validitas dan kredibilitasnya. Pernyataan-pernyataan ini kemudian dibagikan kepada 150 orang yang menjawab. Hasil pengisian angket penelitian menunjukkan bahwa data utama hasil penelitian adalah berikut ini:

Tabel 4. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Tamu (Z)

Statistics		
Kepuasan Tamu		
N	Valid	150
	Missing	0
Mean		24,09
Median		24,00
Mode		24
Std. Deviation		3,545
Variance		12,568
Range		16
Minimum		14
Maximum		30
Sum		3614

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 29.00

Dari Tabel 4, banyak responden 150 (n), perolehan rata-rata (mean) yang besarnya 24,09, nilai tengah (median) yakni 24, nilai yang sering timbul (mode) yakni 24, simpangan baku (std. deviation) yakni 3,545, variance 12,568, range 16, nilai minimum 14, nilai maximum 30 dan nilai total (sum) 3614.

d. *Deskripsi Data Variabel Loyalitas Tamu (Y)*

Data variabel loyalitas tamu dikumpulkan melalui 8 pernyataan yang diuji validitas dan kredibilitasnya. Pernyataan-pernyataan ini kemudian dibagikan kepada 150 orang yang menjawab untuk mendapatkan jawaban. Hasil pengisian angket penelitian menunjukkan bahwa data utama temuan penelitian adalah berikut ini:

Tabel 5. Deskripsi Data Variabel Loyalitas Tamu (Y)

Statistics		
Loyalitas Tamu		
N	Valid	150
	Missing	0
Mean		31,89
Median		32,00
Mode		32
Std. Deviation		4,656
Variance		21,680
Range		23
Minimum		17
Maximum		40
Sum		4784

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 29.00

Tabel 5 memperlihatkan bahwa dari banyak responden 150 (n), rata-rata (mean) 31,89, nilai tengah (median) 32, nilai yang sering timbul (mode) 32, simpangan baku (std. deviation) 4,656, variance 21,680, range 23, nilai minimum 17, nilai maximum 40, dan nilai total (sum) 4784.

2. Analisis Structural Equation Model (PLS)

a. *Evaluasi Measurement Model (Outer Model)*

1) *Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)*

Jika nilai pengisian melebihi 0,7, korelasi dapat dianggap memenuhi validitas konvergen, menurut Ghozali (2015). Temuan memperlihatkan bahwa filling factor menghasilkan nilai yang lebih tinggi dari nilai yang disarankan yakni 0,7.

Tabel 6. Outher loading

Fasilitas Kamar	Kepuasan	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Tamu
-----------------	----------	--------------------	----------------

X1			0.764	
X10			0.807	
X2			0.773	
X3			0.769	
X4			0.790	
X5			0.762	
X6			0.775	
X7			0.808	
X8			0.759	
X9			0.772	
XX1	0.785			
XX2	0.752			
XX3	0.764			
XX4	0.801			
XX5	0.808			
XX6	0.767			
Y1				0.724
Y2				0.752
Y3				0.770
Y4				0.813
Y5				0.762
Y6				0.815
Y7				0.754
Y8				0.757
Z5		0.709		
Z1		0.787		
Z3		0.788		
Z6		0.797		
Z2		0.803		
Z4		0.833		

Sumber:

smart pls 3.0
(2024)

Semua indikator memiliki

nilai lebih dari 0,7, seperti yang ditunjukkan oleh hasil olahan data di atas. Ini menunjukkan bahwa nilai penambahan luar adalah nilai yang sah.

2) Uji Interval Consistency

Selanjutnya, pengujian dilaksanakan agar nilai cronbach alpha dan reliabilitas komposit dapat ditentukan. Temuan uji diskriminasi, yang dilakukan memakai kriteria Fornell-Lacker, memperlihatkan bahwa setiap variabel memiliki nilai reliabilitas komposit melebihi 0,6 dan nilai c. alpha, maknanya setiap alat yang dipakai untuk menilai setiap variabel termasuk dalam kelompok reliabel. Tabel 7 memperlihatkan temuan pengujian secara keseluruhan:

Tabel 7. Cronbach Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Fasilitas Kamar	0.871	0.872	0.903	0.608
Kepuasan	0.877	0.879	0.907	0.620
Kualitas Pelayanan	0.927	0.928	0.939	0.605
Loyalitas Tamu	0.901	0.903	0.920	0.591

Sumber: Hasil Olah Data, Smart PLS 3.0 (2024)

Semua variabel penelitian memiliki nilai gabungan kepraktisan dan alpha Cronbach melebihi 0,70. Dengan demikian, indikator yang dipakai untuk variabel penelitian ini dianggap dapat dipercaya. Namun,

nilai *Average Variation Extracted* (AVE) dengan nilai batas melebihi 0,50 dipakai untuk menilai validitas. Tabel di atas menampilkan nilai AVE untuk setiap variabel yang melebihi 0,50, yang menandakan bahwa semua indikator dan variabel dianggap valid.

3) *Uji Discriminant Validity*

Untuk menentukan hubungan antara suatu struktur dan struktur lainnya, lakukan uji korelasi diskriminan. Jika AVE suatu konstruk lebih tinggi daripada koefisien korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya dalam model, maka konstruk tersebut memiliki tingkat validitas yang tinggi. Temuan uji keseluruhan ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Nilai Discriminant Validity (Fornell Larcker)

	Fasilitas Kamar	Kepuasan	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Tamu
Fasilitas Kamar	0.780			
Kepuasan	0.774	0.787		
Kualitas Pelayanan	0.768	0.773	0.778	
Loyalitas Tamu	0.744	0.733	0.759	0.769

Sumber: Hasil Olah Data, Smart PLS 3.0 (2024)

Perbandingan nilai akar AVE ditampilkan dalam Tabel 8, dan tiap-tiap nilai ini lebih tinggi daripada korelasi antara variabel lainnya. Hasilnya, semua variabel laten dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan dan validitas konstruk yang kuat.

Tabel 9. Nilai Discriminant Validity (Heterotrait-monotrait ratio /HTMT)

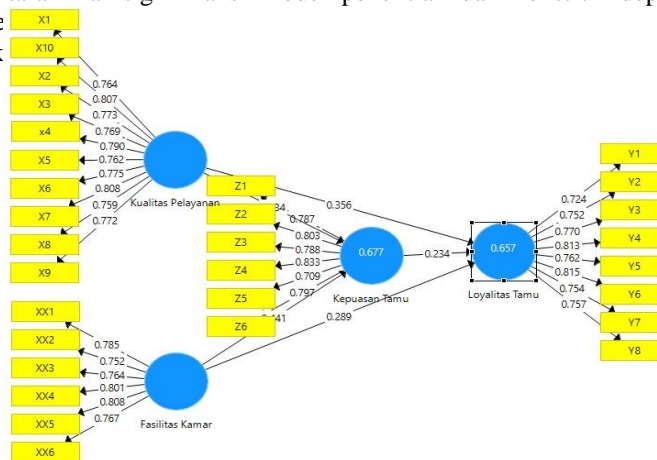
	Fasilitas Kamar	Kepuasan Tamu	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Tamu
Fasilitas Kamar				
Kepuasan	0.884			
Kualitas Pelayanan	0.853	0.855		
Loyalitas Tamu	0.836	0.821	0.826	

Sumber: Hasil Olah Data, Smart PLS 3.0 (2024)

Tabel 9 menunjukkan uji Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT), dengan nilai HTMT < 0.90 dan dapat dilihat pada tabel 9 bahwa masing-masing nilai tersebut < 0.90. Oleh karena itu, kesimpulannya ialah seluruh variabel laten dalam penelitian dinyatakan valid.

b. *Evaluasi Structural Model (Inner Model)*

Hubungan antara nilai signifikansi model penelitian dan konstruk dependen uji-t dinilai memakai pengujian model jalur struktural dan koefisien parameter di dalamnya.



Sumber: Smart PLS 3.0 (2024)

Nilai r-kuadrat dapat dipakai dalam mengkalkulasikan dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Perolehan pengolahan data penelitian, menurut Sarstedt et al. (2021), dibagi menjadi tiga kelompok: kategori kuat dengan perolehan nilai 0,75, kategori sedang dengan perolehan nilai 0,50, dan kategori lemah dengan perolehan nilai 0,25. Perolehan pengolahan data penelitian di area ini ditampilkan dalam Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Loyalitas Tamu	0.657	0.650

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 3.0 (2024)

Berdasarkan Tabel 10, kita bisa mengetahui variabel Loyalitas Tamu menyumbangkan pengaruh 65,7%, melalui angka dari r-squarenya 0.657, dan variabel lain memiliki pengaruh 34,3%.

3. Pengujian Hipotesis

Untuk mendapatkan hasil apakah hipotesis yang ditawarkan diterima atau tidak, pengujian hipotesis wajib dilaksanakan melalui penggunaan fungsi Bootstrapping lewat SmartPLS 3.0. Penerimaan hipotesis berlaku ketika tingkat signifikansi didapatkan di bawah 0,05 atau angka dari t melampaui angka statistik kritis (Sarstedt et al., 2021). Tingkat signifikansi 5% adalah 1,96. Tabel berikut menampilkan hasil dari analisis pengaruh secara langsung:

Tabel 11. Hasil Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Daviation (STDEV)	T Statistic (O/STADEV)	P Values	Hipotesis	Hasil
X1 -> Z	0.434	0.434	0.084	5.188	0.000	H1	Diterima
X1 -> Y	0.356	0.358	0.093	3.842	0.000	H2	Diterima
X2 -> Z	0.441	0.443	0.088	5.024	0.000	H3	Diterima
X2 -> Y	0.289	0.486	0.093	3.107	0.001	H4	Diterima
Z -> Y	0.234	0.238	0.113	2.078	0.019	H5	Diterima
X1 -> Z -> Y	0.103	0.107	0.060	1.726	0.042	H6	Diterima
X2 -> Z -> Y	0.102	0.102	0.050	2.036	0.021	H7	Diterima

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 3.0 (2024)

Data tersebut memperlihatkan angka dari sample mean, nilai p, atau nilai statistik t yang dipakai dalam menetapkan diterimanya hipotesis atau ditolak.

Hipotesis pertama kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh pada kepuasan di hotel Pangeran Beach Padang. Berdasarkan tabel tersebut, bisa diperhatikan dimana variabel kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan, melalui angka dari 0.434 yang menampilkan arah yang positif dan angka t-statistik kualitas pelayanan didapatkan 5.188 > 1,96. Lalu bisa dilihat juga dari p-value yang bernilai sebesar 0,000 < 0,05. Oleh sebab itu, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan dan dapat diterima terhadap variabel kepuasan.

Hipotesis kedua kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada loyalitas tamu di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau dari tabel tersebut, angka t-statistics didapatkan 3.842 > 1,96, seperti yang ditampilkan oleh p-value sebesar 0,000 < 0,05. Nilai rata-rata sampel yang nilainya 0.358 memperlihatkan bahwa hubungan dari kualitas pelayanan dan loyalitas tamu memiliki pengaruh positif signifikan.

Hipotesis ketiga fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada kepuasan tamu di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel tersebut, bisa dilihat dimana fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif, layaknya yang ditampilkan dari angka t-statistics yang nilainya 5.024 > 1,96, atau bisa dilihat p-value yang nilainya 0,000 < 0,05. Maka dari itu, nilai rata-rata sampel yang nilainya 0.441 memperlihatkan hubungan dari fasilitas kamar dan kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel kepuasan dari tamu.

Hipotesis keempat fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada loyalitas tamu di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel tersebut, angka dari t-statistics yang nilainya 3.107 > 1,96, layaknya yang ditampilkan dari p-value yang besarnya 0,001 < 0,05. Maka, variabel fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel loyalitas tamu, dan angka rata-rata sampel yang nilainya 0.289 memperlihatkan hubungan dari fasilitas kamar dan loyalitas tamu didapatkan positif signifikan.

Hipotesis kelima Kepuasan tamu memberikan sumbangan pengaruh yang positif signifikan pada loyalitas tamu di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel tersebut, bisa diperhatikan kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif, layaknya yang ditampilkan melalui t-statistics yang besarnya 2.078 > 1,96, atau p-value yang nilainya 0,019 < 0,05. Maka, nilai rata-rata sampel yang nilainya 0.234 memperlihatkan

hubungan dari kepuasan tamu dan loyalitas tamu menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif, dan variabel loyalitas tamu bisa ditemukan.

Hipotesis keenam ditemukan pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan pada loyalitas tamu terhadap kepuasan tamu yang menjadi variabel mediasi di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel tersebut, bisa diperhatikan kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan melalui arah hubungan dari kualitas pemberian layanan dan loyalitas tamu, layaknya yang ditampikan dari angka t-statistik yang nilainya $1,726 > 1,96$, atau bisa dilihat p-value yang didapatkan $0,042 < 0,05$. Angka rata-rata sampel diraih 0.107 memperlihatkan arah hubungan dari kualitas pelayanan dan kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif dan kepuasan tamu memediasi sesama kualitas pelayanan dan loyalitas tamu. Maka dari itu variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Hipotesis ketujuh ditemukan pengaruh yang signifikan dari fasilitas kamar pada loyalitas tamu ditinjau dari kepuasan tamu yang menjadi variabel mediasi di hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel tersebut, bisa diperhatikan dimana arah hubungan dari fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif dan kepuasan tamu memediasi fasilitas kamar dan loyalitas tamu. Ini diperlihatkan melalui angka t statistik yang nilainya $2,036 > 1,96$, dan angka p-value rata-rata didapatkan $0,021 < 0,05$. Nilai rata-rata sampel didapatkan 0.102 mengartikan danya arah hubungan dari fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif dan kepuasan tamu memediasi fasilitas kamar dan loyalitas tamu. Maka dari itu variabel fasilitas kamar, variabel kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

B. Pembahasan

Berdasarkan dari temuan penelitian yang telah diadakan, maka pembahasan bisa diuraikan di bawah ini:

1. Kualitas Pelayanan di Pangeran Beach Hotel Padang

Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan dapat dijelaskan bahwa untuk Variabel kualitas pelayanan meraih angka rata-rata 4,06 dalam kriteria baik, yang artinya kualitas pelayanan yang di berikan oleh hotel Pangeran Beach Padang kepada tamu sudah tergolong dalam kategori yang baik.

Sejalan dengan hasil penelitian Sulistyawati & Sukmayani (2019) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort”, menemukan bahwa kualitas pelayanan pada kategori baik.

Baiknya penilaian tamu terhadap kualitas pemberian layanan yang diberikan pada Pangeran Beach Hotel Padang memperlihatkan telah baiknya pelayanan dari indikator bukti fisik (*Tangible*), indikator empati (*Empathy*), indikator kehandalan (*Reliability*), indikator daya tanggap (*Responsivness*) dan indikator jaminan (*Assurance*). Temuan penelitian ini harapannya bisa membantu manajemen hotel menunjang kualitas pelayanan sehingga tamu merasa nyaman dan puas bagi tamu yang datang ke Pangeran Beach Hotel Padang.

Menurut Wulansari (2021: 231), “Kualitas layanan memberikan nilai tambah sebagai insentif khusus untuk dalam membentuk hubungan waktu yang lama dan saling memberikan keuntungan dengan perusahaan”.

2. Fasilitas Kamar di Pangeran Beach Hotel Padang

Hasil analisis mengenai fasilitas kamar penjelasannya bisa diberikan dari variabel fasilitas kamar diraih dalam kategori baik melalui rata-rata diraih 3,09. Semua indikator meliputi fasilitas dari kamar tidur, fasilitas kamar mandi dan *guest supplies* berada pada kategori baik.

Sejalan dengan penelitian Adinda & Abrian (2022) mengenai “pengaruh fasilitas kamar terhadap kepuasan tamu menginap di Favehotel Olo Padang”, menemukan fasilitas kamar pada kategori baik dengan persentase 56% dengan kisaran 3,41 –4,20.

Maka dari itu adanya penilaian tamu bahwa fasilitas kamar pada kategori baik menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan pada kamar tamu sudah sejalan terhadap standar hotel. Menurut Hendry (2019), “fasilitas ini dipahami sebagai kebutuhan/keperluan keseharian sepanjang memakai jasa penginapan di hotel”. Hal ini perlu menjadi perhatian pihak hotel untuk menjaga kestabilan ketersediaan fasilitas kamar menjadi lebih baik sesuai dengan standar fasilitas kamar hotel.

3. Kepuasan Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang

Hasil analisis mengenai kepuasan tamu dapat dijelaskan bahwa variabel kepuasan tamu diraih dalam kategori baik yang meraih rata-rata yang nilainya 3,09, yang artinya pihak hotel Pangeran Beach Padang sudah memberikan kepuasan kepada tamu dengan kriteria yang baik. Semua indikator meliputi tercapainya harapan atau tujuan tamu, kemauan dalam penggunaan produk dan jasa itu lagi dan kemauan untuk merekomendasi kan barang atau jasa terhadap orang lain berada pada kategori baik.

Sejalan dengan penelitian Sulistyawati & Sukmayani (2019) mengenai “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort”, menemukan bahwa kualitas pelayanan pada kategori baik.

Dengan demikian adanya pernyataan tamu tentang kepuasan pada kategori baik menunjukkan bahwa adanya perasaan senang tamu selama menginap di Pangeran Beach Hotel Padang. Sesuai dengan pendapat Kotler & Keller (2021), “kepuasan pelanggan yakni rasa senang atau tidak senang yang timbul sesudah melakukan perbandingan kinerja (hasil) produk yang didapatkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diinginkan”.

4. *Loyalitas Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Hasil analisis menjelaskan bahwa variabel loyalitas tamu meraih angka rata-rata 3,98 dalam kriteria baik, yang artinya tamu yang memesan penginapan pada hotel Pangeran Beach Padang sudah masuk dalam kategori loyal selama menginap dan menggunakan, merekomendasikan serta tidak terpengaruh dengan produk yang lain.

Sejalan dengan penelitian Hamzah et al (2020) mengenai “analisis kepuasan terhadap loyalitas tamu menginap di Hotel Berbintang Kota Bandung”, menemukan bahwa loyalitas tamu berada pada kategori baik.

Telah baiknya pernyataan loyalitas tamu di Pangeran *Beach* Hotel Padang, menunjukkan adanya keinginan tamu untuk berkunjung kembali. Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2016:164), “Loyalitas pelanggan adalah tekad yang kuat untuk tetap menggunakan barang atau jasa favorit meskipun menghadapi tekanan eksternal dan iklan yang mengharuskan seseorang mengubah preferensi”.

5. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Hasil analisis menemukan bahwa kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh signifikan diraih arah yang positif melalui angka *mean* yang nilainya 0.434, kemudian nilai *t-statistics* kualitas pelayanan didapatkan 5.188 > 1,96. Lalu bisa diperhatikan pula dari *p-value* yang nilainya didapatkan 0,000 < 0,05, maka variabel kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau variabel kepuasan dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian Wahyuni & Erawati. (2021) mengenai pengaruh dari kualitas pemberian layanan dan harga ditinjau kepuasan tamu pada Hotel Maya Ubud Resort & SPA. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan “kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan tamu sampai batas tertentu. Nilai tersebut menunjukkan arah hubungan yang positif, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang lebih tinggi akan meningkatkan kepuasan tamu, sedangkan kualitas layanan yang lebih buruk akan menurunkan kebahagiaan tamu”.

Dengan demikian, agar kepuasan tamu meningkat menjadi lebih baik, maka pihak manajemen hotel Pangeran Beach Padang perlu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal kualitas pelayanan dalam hal bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

6. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Temuan dari analisis diraih kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau melalui loyalitas tamu pada hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau dari tabel tersebut bisa diperhatikan kualitas pelayanan menyumbangkan signifikan yang arahnya positif, ini bisa diperhatikan angka dari *t-statistics* didapatkan 3.842 > 1,96 atau bisa diperhatikan melalui *p value* yang nilainya diraih 0,000 < 0,05. Nilai *sample mean* didapatkan 0.358 yang memperlihatkan arah hubungan dari kualitas pelayanan pada loyalitas tamu yakni positif, Maka dari itu variabel kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian Darmawan (2019) mengenai pengaruh dari kualitas pemberian layanan pada loyalitas tamu hotel syariah di Kota Bandung. Skripsi. Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis, menemukan bahwa “kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel syariah di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan pelanggan hotel syariah di Kota Bandung”.

Dengan demikian, agar loyalitas tamu meningkat menjadi lebih baik, maka pihak manajemen hotel Pangeran Beach Padang perlu meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal kualitas pelayanan dalam hal bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

7. *Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Hasil analisis menemukan bahwa fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari kepuasan tamu pada hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel bisa diperhatikan dimana fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif, ini bisa diperhatikan melalui nilai *t-statistics* yang nilainya 5.024 > 1,96 atau bisa diperhatikan melalui *p value* yang nilainya yakni 0,000 < 0,05. Nilai *sample mean* didapatkan 0.441 yang memperlihatkan arah hubungan dari fasilitas kamar pada kepuasan tamu yakni positif maka dari itu variabel fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel kepuasan tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian Adinda PMN Abrian (2022) yang berjudul “pengaruh fasilitas kamar terhadap kepuasan tamu menginap di Favehotel Olo Padang”, menemukan fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari kepuasan tamu. Jika fasilitas dari kamar ditingkat menjadi lebih baik maka kepuasan tamu juga meningkat menjadi lebih baik. Demikian kebalikannya ketika fasilitas kamar kurang puas hasilnya diraih kepuasan tamu juga turut akan menurun.

Dengan demikian, supaya kepuasan tamu mengalami kenaikan menjadi lebih baik, maka pihak manajemen hotel Pangeran Beach Padang perlu meningkatkan fasilitas kamar. Dalam hal ini fasilitas kamar tidur, kamar mandi dan *guest supplies*.

8. *Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Loyalitas Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau melalui loyalitas tamu pada hotel Pangeran Beach Padang. Berdasarkan tabel di atas bisa diperhatikan fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan dilengkapi dengan arah yang positif, ini bisa diperhatikan melalui angka dari t-statistics yang nilainya $3.107 > 1,96$ atau dapat diamati melalui p value yang angkanya perolehannya $0,001 < 0,05$. Nilai sample mean didapatkan 0.289 yang memperlihatkan arah hubungan dari fasilitas kamar terhadap loyalitas tamu diraih positif. Maka dari itu variabel fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian yang dilaksanakan Annas (2020) mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi ditinjau dari loyalitas pelanggan lewat kepuasan yang menjadi variabel intervening, meraih hasil dimana fasilitas menyumbangkan pengaruh yang positif dan signifikan ditinjau melalui loyalitas pelanggan.

Dengan demikian agar loyalitas tamu meningkat menjadi lebih baik, maka pihak manajemen hotel Pangeran Beach Padang perlu memperhatikan fasilitas kamar. Dalam hal ini fasilitas kamar tidur, fasilitas kamar mandi dan *guest supplies*, sehingga adanya keinginan tamu untuk melakukan kunjungan kembali menuju Pangeran Beach Hotel Padang.

9. *Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu di Pangeran Beach Hotel Padang*

Hasil dari analisis memperlihatkan kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari loyalitas tamu pada hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel di atas bisa diperhatikan dimana kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif, ini bisa diamati lewat angka t-statistics yang nilainya $2.078 > 1,96$ atau bisa ditinjau melalui p value yang nilainya $0,019 < 0,05$. Nilai sample mean didapatkan 0.234 yang memperlihatkan arah hubungan dari kepuasan tamu ditinjau dari loyalitas tamu diraih positif. Maka dari itu variabel loyalitas tamu memberikan sumbangan pengaruh yang positif signifikan pada variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian yang dilaksanakan Hamzah et al (2020) mengenai analisis kepuasan terhadap loyalitas tamu melakukan penginapan pada Hotel Berbintang Kota Bandung, meraih hasil yakni kepuasan menyumbangkan pengaruh yang signifikan ditinjau dari loyalitas tamu.

Dengan demikian, agar loyalitas tamu meningkat menjadi lebih baik, maka pihak manajemen hotel Pangeran Beach Padang perlu meningkatkan kepuasan tamu. Dalam hal ini kepuasan dalam tercapainya harapan tamu, adanya keinginan untuk melakukan kunjungan kembali dan adanya keinginan memberikan rekomendasi terhadap orang lain.

10. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Mediasi di hotel Pangeran Beach Padang*

Hasil analisis memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan ditinjau dari loyalitas tamu melalui kepuasan tamu yang menjadi variabel mediasi pada hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel bisa diperhatikan kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif dan kepuasan tamu memediasi dari kualitas pelayanan dan loyalitas tamu, ini bisa diperhatikan melalui angka t-statistics yang nilainya $1,726 > 1,96$ atau bisa diperhatikan melalui p value yang nilainya $0,042 < 0,05$. Nilai sample mean didapatkan 0.107 yang menampilkan arah hubungan dari kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif dan kepuasan tamu memediasi dari kualitas pelayanan dan loyalitas tamu, Maka dari itu variabel kualitas pemberian layanan, variabel kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian Puspitasari (2023) pengaruh dari kualitas pelayanan ditinjau dari loyalitas pelanggan dimana kepuasan pelanggan yang menjadi variabel mediasi. Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pemberian layanan menyumbangkan pengaruh yang positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan dimana kepuasan pelanggan yang menjadi variabel mediasi.

Hasil dari penelitian menggambarkan bahwa kepuasan menjadi mediasi bagi loyalitas pelanggan yang diraih melalui kualitas pemberian layanan yang disajikan. Hasil ini menyatakan bahwa dalam pengupayakan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan melalui kepuasan yang diraih oleh pengguna. Artinya pelanggan yang meraih kepuasan akan pelayanan diberikan akan cenderung untuk berkunjung kembali sehingga menjadi pelanggan yang loyal.

Penelitian ini menjadi masukan bagi manajemen hotel Pangeran Beach Padang bahwa agar terciptanya loyalitas pelanggan maka perlu meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik sehingga terciptanya kepuasan pelanggan sehingga Hal ini menjadikan pelanggan menjadi loyal atau mau berkunjung kembali ke Hotel Pangeran Beach Padang.

11. *Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Loyalitas Tamu Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Mediasi di hotel Pangeran Beach Padang*

Hasil analisis menemukan pengaruh yang signifikan dari fasilitas kamar ditinjau dari loyalitas tamu dimana kepuasan tamu yang menjadi variabel mediasi pada hotel Pangeran Beach Padang. Ditinjau pada tabel di atas memperlihatkan fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah yang positif dan kepuasan tamu memediasi dari fasilitas kamar dan loyalitas tamu, ini bisa diperhatikan melalui angka t-statistics yang nilainya $2,036 > 1,96$ atau bisa ditinjau melalui p value yang nilainya $0,021 < 0,05$. Nilai sample mean didapatkan 0.102 yang memperlihatkan arah hubungan dari fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh signifikan disertai arah positif dan

kepuasan tamu memediasi fasilitas kamar dan loyalitas tamu. Maka dari itu variabel fasilitas kamar, variable kepuasan tamu menyumbangkan pengaruh yang positif signifikan ditinjau dari variabel loyalitas tamu dan bisa diterima.

Sejalan terhadap penelitian yang dilaksanakan Annas (2020) mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi ditinjau dari loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang menjadi variabel intervening, memperlihatkan dimana fasilitas menyumbangkan pengaruh yang positif dan signifikan ditinjau dari loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menjadi variabel mediasi.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa kepuasan menjadi mediasi bagi loyalitas pelanggan yang didapatkan dari fasilitas kamar. Hasil ini menyatakan bahwa dalam pengupayakan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas kamar yang lengkap melalui kepuasa yang dirasakan oleh pelanggan. Artinya pelanggan yang meraih kepuasan terhadap fasilitas kamar yang disediakan akan cenderung untuk berkunjung Kkembali sehingga menjadi pelanggan yang loyal.

Penelitian ini menjadi masukan bagi manajemen hotel Pangeran Beach Padang bahwa agar terciptanya loyalitas pelanggan maka perlu meningkatkan fasilitas kamar menjadi lebih baik sehingga terciptanya kepuasan pelanggan. Hal ini menjadikan pelanggan menjadi loyal atau mau berkunjung kembali ke Hotel Pangeran Beach Padang.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari temuan penelitian dan pembahasan di atas, maka didapatkan kesimpulan yang mencakup atas:

1. Variabel kualitas pelayanan meraih angka rata-rata 4,06 dalam kriteria baik, yang memperlihatkan kualitas layanan yang disajikan oleh hotel Pangeran Beach Padang kepada tamu berada dalam kategori yang baik.
2. variabel fasilitas kamar meraih nilai rata-rata 3,09 dalam kriteria baik, yang memperlihatkan fasilitas di Hotel Pangeran Beach Padang sudah memenuhi kriteria yang baik bagi tamunya.
3. Variabel kepuasan tamu meraih nilai rata-rata 4,01 dalam kriteria baik, yang artinya pihak hotel Pangeran Beach Padang sudah meberikan kepuasan kepada tamu dengan kriteria yang baik.
4. Variabel loyalitas tamu meraih nilai rata-rata 3,98 dalam kriteria baik, yang artinya tamu yang melakukan penginapan pada hotel Pangeran Beach Padang diraih dalam kategori setia selama tinggal di sana dan menggunakan, merekomendasikan, dan tidak terpengaruh oleh produk lain.
5. Kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif nilai *mean* yang didapatkan 0.434, selanjutnya angka *t-statistics* kualitas pelayanan didapatkan $5.188 > 1,96$ dan *p-value* yang nilainya didapatkan $0,000 < 0,05$.
6. Kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif, dengan nilai *t-statistics* yang didapatkan $3.842 > 1,96$ *p value* yang nilainya $0,000 < 0,05$. Nilai sample mean didapatkan 0.358.
7. Fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif, dengan nilai *t-statistics* yang didapatkan $5.024 > 1,96$ dan *p value* yang nilainya $0,000 < 0,05$ serta Nilai sample mean didapatkan 0.441.
8. Fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif, dengan nilai *t-statistics* didapatkan $3.107 > 1,96$, *p value* yang nilainya $0,001 < 0,05$ dan nilai sample mean didapatkan 0.289.
9. Kepuasan tamu berpengaruh signifikan dengan arah positif dengan nilai *t-statistics* sebesar $2.078 > 1,96$ *p value* yang bernilai sebesar $0,019 < 0,05$ dan nilai sample mean didapatkan 0.234.
10. Kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif dan kepuasan tamu memediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas tamu, dengan nilai *t-statistics* yang didapatkan $1,726 > 1,96$, *p value* yang nilainya $0,042 < 0,05$ dan nilai sample mean didapatkan 0.107.
11. Fasilitas kamar menyumbangkan pengaruh yang signifikan disertai arah positif dan kepuasan tamu memediasi antara fasilitas kamar dan loyalitas tamu, dengan nilai *t-statistics* didapatkan $2,036 > 1,96$, *p value* yang nilainya $0,021 < 0,05$ dan nilai sample mean didapatkan 0.102.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, O. P. M., & Abrian, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Favehotel Olo Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15104–15112.
- Annas, A. N., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(5), 43–61.
- Darmawan, H. (2020). *LOYALITAS TAMU HOTEL SYARIAH*.
- Hamzah F, Setiyariski R & Ghani YA. (2020). Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Berbintang Kota Bandung. • • Vol. 2 No. 2 (2020): Jurnal ALTASIA (Edisi Spesial Seminar Nasional Pariwisata)
- Hendry M.E. Kumaat. (2019). PROSEDUR PELAYANAN KAMAR. *Modul*, 12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 2.
- Miranti, Y., & Yuliana, Y. (2020). Pengaruh Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Pangeran Beach Padang. *Jurnal Pendidikan dan keluarga*, 12(01), 42-52. <https://bit.ly/3QE7jvA>

- Parasuraman Valerie A. Zeithaml and, L., 1988, SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- Prima Softian, E., Putra, T., & Wulansari, N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Pramusaji di Red Lado Restaurant Kyriad Hotel Bumiminang Kota Padang. *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 2(2), 150-155. <https://bit.ly/3Ay3vGD>
- Puspitasari Rh. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pelanggan Toko Sinar Kosmetik Kartasura). Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan.
- Wahyuni, S. A. W., & Erawati, N. W. M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan tamu di hotel maya ubud resort & spa. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(9), 2561–2575. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i9.178>
- Widyaningrum, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *XX(Xx)*, 1–22.