



PENGARUH *PERSONALIZED SERVICE* DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL ASTON BATAM HOTEL & RESIDENCE

Abstract

Surya Nasution
 “Studi Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Padang”
 suryanasution17@gmail.com

Kurnia Ilahi Manvi
 “Studi Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Padang”
 hakym_@fpp.unp.ac.id

Aston Batam Hotel & Residence adalah salah satu hotel berkelas internasional di Batam yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kepuasan tamu. Permasalahan ditemukan pada aspek layanan personal, seperti kurangnya respons staf dan komunikasi yang belum efektif, serta fasilitas kamar dan area lobby yang tidak sesuai dengan harapan tamu. Dalam persaingan yang ketat antar hotel berbintang, peningkatan layanan dan fasilitas menjadi kunci utama untuk mempertahankan loyalitas tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh layanan personal dan fasilitas hotel terhadap kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel. Penelitian dilaksanakan di Aston Batam Hotel & Residence pada bulan Mei 2025. Populasi penelitian berjumlah 817 tamu, dan sampel ditentukan sebanyak 98 responden menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji F. Hasil menunjukkan bahwa layanan personal berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang berarti bahwa peningkatan layanan personal dan fasilitas hotel dapat meningkatkan tingkat kepuasan tamu secara keseluruhan.

Kata Kunci : *Personalized service* , Fasilitas, layanan dan kepuasan tamu

Abstract

Aston Batam Hotel & Residence is one of the internationally rated hotels in Batam that is currently facing challenges in enhancing guest satisfaction. Issues have been identified in aspects of personalized service, such as unresponsive staff and ineffective communication, as well as room and lobby facilities that fall short of guests' expectations. Amidst the fierce competition among star-rated hotels, improving service quality and facilities is crucial for maintaining guest loyalty. This study aims to examine the influence of personalized service and hotel facilities on guest satisfaction at Aston Batam Hotel & Residence. The research adopts a quantitative approach with a causal associative method, which is designed to explain cause-and-effect relationships between variables. The study was conducted at Aston Batam Hotel & Residence in May 2025. With a population of 817 guests, the sample size was determined to be 98 using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, multiple linear regression, and the F-test. The results indicate that personalized service has a partially significant effect on guest satisfaction, suggesting that improvements in personalized service and hotel facilities can lead to increased overall guest satisfaction at Aston Batam Hotel & Residence.

Keywords: *Personalized service* , Facilities, Service, and Guest Satisfaction

PENDAHULUAN

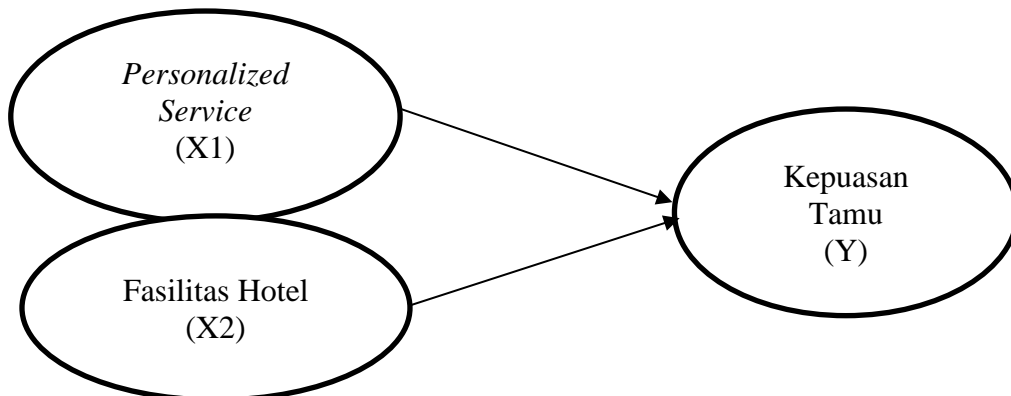
Industri perhotelan termasuk dalam sektor jasa yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, terutama di daerah-daerah strategis seperti Batam. Letak Batam yang berdekatan dengan Singapura dan Malaysia menjadikannya salah satu tujuan utama wisatawan mancanegara. Kondisi ini mendorong bertambahnya jumlah hotel berbintang yang saling bersaing dalam memberikan layanan unggulan guna menarik perhatian tamu. Salah satu hotel yang memiliki peran signifikan dalam perkembangan industri ini adalah Aston Batam Hotel & Residence. Selain menyediakan tempat menginap, hotel ini juga menawarkan berbagai layanan dan fasilitas yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan tamu selama masa tinggal mereka.

Dalam industri perhotelan, tingkat kepuasan tamu menjadi salah satu tolok ukur utama untuk menilai mutu pelayanan dan keberhasilan operasional hotel. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan respons emosional, baik itu berupa rasa puas maupun kecewa, yang muncul setelah pelanggan membandingkan hasil yang mereka terima dengan harapan awal mereka. Pelanggan akan merasa puas apabila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut (Suprina et al., 2022). Verselly dan Iskandar (2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: 1) mutu produk, 2) kualitas pelayanan, 3) harga, serta 4) promosi dan strategi pemasaran.

Dua faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan tamu adalah layanan yang dipersonalisasi (*personalized service*) dan fasilitas hotel. *Personalized service* atau Layanan yang dipersonalisasi adalah metode pemberian layanan yang diatur agar selaras dengan kebutuhan dan selera pelanggan secara individu. Melalui pendekatan ini, pelanggan cenderung merasa memiliki kedekatan yang lebih besar dengan perusahaan (Pandey, 2019). Adapun indikator *Personalized service* menurut (Sirna et al., n.d.) adalah sebagai berikut: Memahami kebutuhan tamu, Responsif terhadap tamu, Memberikan rekomendasi pada tamu. Fasilitas hotel mencakup berbagai sarana dan prasarana yang disediakan untuk memastikan kenyamanan tamu. Indikator fasilitas menurut (Kusuma & Suwito, 2015) meliputi: keadaan fasilitas, aspek kelengkapan, serta desain bagian dalam (interior) dan luar (eksterior). Menurut (Pranata, 2021), fasilitas hotel seperti kamar yang nyaman, restoran, pusat kebugaran, dan akses internet yang stabil, memiliki kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Tjiptono dalam (Alana & Putro, 2020) menjelaskan bahwa dalam penyediaan layanan, fasilitas berfungsi sebagai unsur fisik yang harus dipenuhi terlebih dahulu, dan mencakup desain eksterior dan interior yang dapat menciptakan rasa aman serta kenyamanan bagi pelanggan.

Permasalahan yang sering terjadi pada Aston Batam Hotel & Residence dalam indikator *personalized service* adalah kurangnya responsif staff hotel terhadap tamu yang mengeluh mengenai fasilitas kamar dan juga pelayanan didalam hotel yang seringkali kurang sesuai dengan yang diinginkan oleh tamu. Masalah selanjutnya penulis seringkali menemukan bahwa tamu kurang suka dengan fasilitas yang ada di kamar seperti kamar mandinya yang masih kotor, bednya kurang rapi, ac yang seringkali bocor dan juga leaking, dan juga fasilitas di lobby karena sofa yang ada di lobby terlalu sedikit yang membuat tamu kecewa karena. Ketika kamar belum ready untuk ditempati tempat duduk untuk menunggu sangatlah terbatas dan juga sajian welcome drink yang kurang sesuai dengan khas hotel berbintang pada umumnya. (Litvin et al., 2008) menyatakan bahwa ulasan tamu yang dipublikasikan secara daring memiliki peran signifikan dalam membangun reputasi suatu bisnis di sektor perhotelan dan pariwisata. Ulasan tersebut tidak hanya berperan sebagai masukan bagi penyedia layanan, tetapi juga berpengaruh terhadap keputusan calon pelanggan. Berdasarkan penjabaran dalam latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana *personalized service* dan fasilitas hotel berkontribusi terhadap tingkat kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence.

Penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya dapat divisualisasikan pada gambar di bawah ini



Gambar1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk mengkaji hubungan serta pengaruh dua variabel independen, yaitu layanan personal dan fasilitas hotel, terhadap variabel dependen berupa kepuasan tamu. Lokasi penelitian berada di Aston Batam Hotel & Residence yang terletak di Jalan Sriwijaya, Kota Batam, dan pelaksanaannya berlangsung pada bulan Mei hingga Juni 2025. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh tamu yang pernah menginap di hotel tersebut. Namun, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, populasi difokuskan pada tamu yang menginap selama periode Juli hingga Desember 2024. Kriteria pemilihan sampel mencakup tamu yang pernah menginap minimal satu kali serta tamu yang menginap lebih dari satu malam atau telah melakukan kunjungan berulang. Dengan jumlah rata-rata tamu bulanan sebanyak 817 orang, maka melalui perhitungan rumus Slovin, diperoleh sampel sebesar 97,99 yang dibulatkan menjadi 98 responden. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Selain itu, analisis data juga mencakup uji prasyarat seperti uji normalitas, homogenitas, linearitas, serta regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini meliputi: a) Deskripsi data responden b) Deskripsi data variabel c) Uji persyaratan analisis dan, d) Pengujian hipotesis

a. Deskripsi Data Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 98 responden di Aston Batam Hotel & Residence, ditemukan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (52%), sedangkan laki-laki berjumlah 48%. Dilihat dari kelompok usia, mayoritas responden berada dalam rentang usia 20–30 tahun (61%), yang mengindikasikan bahwa tamu hotel didominasi oleh generasi muda yang aktif dan produktif. Dari sisi pekerjaan, kategori terbanyak berasal dari kalangan PNS sebesar 15%, sementara pekerjaan lainnya menyumbang proporsi terbesar, yakni 31% dari total responden. Adapun berdasarkan frekuensi kunjungan, mayoritas tamu merupakan pengunjung pertama (59%), yang menunjukkan bahwa hotel memiliki daya tarik tinggi bagi tamu baru, meskipun tingkat kunjungan ulang masih relatif rendah.

b. Deskripsi Data Variabel

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel *Personalized service* (X1) memiliki Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 71,29% dengan rata-rata skor 3,56, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang dipersonalisasi di Aston Batam Hotel & Residence tergolong dalam kategori baik. Sementara itu, variabel Fasilitas Hotel (X2) memperoleh TCR sebesar 64,17% dengan rata-rata skor 3,20, sehingga masuk dalam kategori cukup baik, yang berarti masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama pada aspek kenyamanan dan teknologi. Sedangkan variabel Kepuasan Tamu (Y) menunjukkan TCR sebesar 66,91% dengan rata-rata skor 3,34, dan termasuk dalam kategori baik. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun secara keseluruhan para tamu merasa puas, peningkatan kualitas fasilitas hotel dapat berkontribusi lebih besar terhadap peningkatan kepuasan secara keseluruhan.

c. Uji Persyaratan Analisis

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual—yakni selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi dari model regresi—mengikuti pola distribusi normal. Hasil pengujian menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang melebihi ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Hal ini berarti asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi, sehingga model regresi dinilai valid dan dapat digunakan untuk tahap analisis berikutnya.

Dalam regresi linear berganda, penting untuk menguji apakah varians dari residual antar observasi bersifat konstan atau tidak. Jika varians residual seragam, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila variansnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal seharusnya bebas dari masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian dengan metode Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Personalized Service* adalah 0,013 dan untuk variabel Fasilitas Hotel sebesar 0,000. Karena keduanya memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model ini. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan belum sepenuhnya memenuhi asumsi klasik regresi yang ideal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam suatu model regresi. Indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berdasarkan hasil analisis, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance sebesar 0,879 (lebih besar dari 0,10) dan VIF sebesar 1,138 (kurang dari 10). Nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas dalam model, sehingga antar variabel bebas tidak saling memengaruhi secara linear. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dapat dinyatakan layak dan valid untuk digunakan dalam analisis berikutnya.

d. Pengujian Hipotesis

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Metode ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu Personalized Service (X1) dan Fasilitas Hotel (X2), terhadap variabel dependen berupa kepuasan tamu (Y) pada Aston Batam Hotel & Residence. Hasil dari analisis regresi linear berganda tersebut ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.392	2	142.696	22.312	.000 ^b
	Residual	831.420	130	6.396		
	Total	1116.812	132			
a. Dependent Variable: TY						
b. Predictors:(Constant), TX2, TX1						

Sumber: Hasil olah datasps 27,2025

Berdasarkan hasil uji anova di atas diperoleh nilai F hitung 22,312 dengan sig 0,000 < 0,05 maka model regresi dapat dipakai. Maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Uji T

Coefficients ^{ai}						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Betai		
1	(Constant)	14.970	3.143		4.763	.000
	TX1	.484	.192	.203	2.520	.013
	TX2	.460	.093	.397	4.920	.000
a. Dependent Variable: TY						

Sumber: Hasil olah data spss 27,2025

Nilai T dari variabel *Personalized service* sebesar -2.520 dengan taraf signifikansi 0,013 < 0,05 dengan koefisien regresi sebesar -0,484 serta nilai T dari variabel Fasilitas Hotel 4,920 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 dengan koefisien regresi sebesar 0,460 yang berarti keputusan yang diterim adalah H1 dan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Personalized service* dan Fasilitas Hotel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Nilai koefisien regresi antara variabel *Personalized service* , Fasilitas Hotel dan kepuasan tamu, dapat dilihat melalui persamaan berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2X_2$$

$$Y = 14,970 + 0,484 + 0,460$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,484 pada taraf signifikansi 0,013 < 0,05 yang berarti *Personalized service* berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence, dan nilai koefisien regresi 0,460 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti Fasilitas Hotel memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Hal ini mengandung pengertian bahwa disetiap peningkatan sebesar 1 satuan harga akan meningkatkan 0,484 satuan fasilitas kamar dan di setiap peningkatan sebesar 1 satuan harga akan meningkatkan 0,460 satuan kepuasan tamu dengan asumsi variable lainnya tetap.

Selanjutnya untuk imelihat seberapa besar pengaruh variabel *Personalized service* (X1) dan Fasilitas Hotel (X2) terhadap kepuasan tamu (Y), maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. R. Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.244	2.529
a. Predictors: (Constant), TX2, TX1				
b. Dependent Variable: TY				

Sumber: Hasil olah data spss 27,2025

Berdasarkan hasil uji regresi, dapat disimpulkan bahwa *Personalized service* dan Fasilitas Hotel secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi masing-masing variabel yang $< 0,05$ dan nilai koefisien regresi yang positif. Model regresi menunjukkan bahwa peningkatan pada *Personalized service* sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,484 satuan, sedangkan peningkatan Fasilitas Hotel satu satuan akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,460 satuan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,244 menunjukkan bahwa 24,4% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 75,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

1. *Personalized service*

Hasil pengolahan data dari 98 responden menggunakan aplikasi SPSS versi 27.00 menunjukkan bahwa variabel *Personalized Service* tergolong dalam kategori baik dengan persentase sebesar 71,29%. Dengan kata lain, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa layanan yang dipersonalisasi di Aston Batam Hotel & Residence secara umum berada pada tingkat yang sangat baik.

2. Fasilitas Hotel

Berdasarkan hasil analisis data dari 98 responden menggunakan SPSS versi 27.00, diketahui bahwa variabel harga secara umum berada dalam kategori cukup baik, dengan persentase sebesar 64,17%. Penilaian ini menunjukkan bahwa tamu memiliki persepsi yang cukup positif terhadap Fasilitas Hotel, yang dianggap cukup memadai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan fasilitas yang disediakan oleh Aston Batam Hotel & Residence berada pada tingkat yang tergolong cukup baik.

3. Kepuasan Tamu

Hasil pengolahan data dari 98 responden menggunakan SPSS versi 27.00 menunjukkan bahwa variabel kepuasan tamu secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 66,91%. Hal ini terlihat dari penilaian tamu terhadap kesesuaian harapan, keinginan untuk kembali menginap, serta minat untuk merekomendasikan hotel yang semuanya berada pada kategori baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence secara umum tergolong baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa tamu merasa puas setelah membandingkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan kualitas *personalized service* serta fasilitas yang disediakan oleh Aston Batam Hotel & Residence.

4. Pengaruh *Personalized service* Terhadap Kepuasan Tamu di Aston Batam Hotel & Residence

Berdasarkan hasil pengujian data, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *personalized service* dan kepuasan tamu. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,484 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, *personalized service* memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Dengan kata lain, semakin baik kualitas *personalized service* yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel tersebut.

5. Pengaruh Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Tamu di Aston Batam Hotel Residence

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa fasilitas hotel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,460 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas hotel memiliki kontribusi yang nyata terhadap peningkatan kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Artinya, semakin baik fasilitas yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel.

6. Pengaruh *Personalized service* dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Tamu di Aston Batam Hotel Residence

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara *personalized service* terhadap kepuasan tamu. Hal ini menunjukkan bahwa tamu menilai tingkat kepuasan mereka berdasarkan layanan yang dipersonalisasi dan fasilitas yang disediakan oleh hotel. Dengan demikian, setiap peningkatan dalam kualitas *personalized service* dan fasilitas yang memadai akan berdampak pada meningkatnya kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence.

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian penelitian dan penjabaran hasil sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *personalized service* dan Fasilitas yang dimiliki hotel terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Personalized service* yang diberikan oleh Aston Batam Hotel & Residence secara umum dinilai baik oleh 98 responden, dengan total skor responden mencapai 1048 atau setara dengan persentase 71,29%. Berdasarkan capaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa layanan *personalized service* di hotel ini mampu memberikan kepuasan kepada tamu yang menginap.
2. Berdasarkan penilaian dari 98 responden, fasilitas yang tersedia di Aston Batam Hotel & Residence secara keseluruhan berada dalam kategori cukup baik, dengan total capaian skor responden sebesar 2201 atau persentase 64,17%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan hotel ini cukup mampu memberikan kepuasan bagi para tamu yang menginap.
3. Hasil penilaian dari 98 responden menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence secara keseluruhan tergolong baik, dengan total skor sebesar 2623 dan persentase 66,91%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek kesesuaian harapan, keinginan untuk kembali menginap, serta niat untuk merekomendasikan hotel ini telah terpenuhi dengan baik dan memberikan kepuasan bagi para tamu.
4. *Personalized service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan melalui hasil koefisien regresi sebesar 0,484 dengan tingkat signifikansi 0,013, yang lebih kecil dari batas signifikan 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas *personalized service* yang diberikan oleh Aston Batam Hotel & Residence berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan kepuasan tamu.
5. Fasilitas hotel juga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,460 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti bahwa semakin baik fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu selama menginap di Aston Batam Hotel & Residence.
6. Baik *personalized service* maupun fasilitas hotel memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu di Aston Batam Hotel & Residence. Hal ini berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, di mana nilai signifikansi *personalized service* adalah 0,013 dan fasilitas hotel sebesar 0,000 (keduanya $< 0,05$). Nilai adjusted R² sebesar 0,244 mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas ini secara kolektif menjelaskan 24,4% variasi dalam kepuasan tamu, sementara 75,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini menunjukkan adanya kontribusi parsial dari kedua faktor terhadap peningkatan pengalaman tamu selama menginap.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5(2), 180–194.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
- Sirna, I. K., Adinegara, G. N. J., & Nainggolan, G. (n.d.). *Excellent Service For Hospitality Industry*. Deepublish.
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis Understanding Customer Satisfaction toward Hotel Service: A Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 13(3), 233–243. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i3.39338>
- Verselly, S., & Iskandar, H. (2023). Efektifitas Penggunaan Mobile Application Marriott Bonvoy dalam Peningkatan Kepuasan Tamu di Sheraton Bandung Hotel & Towers. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 345–353.