



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI EMERSIA HOTEL & RESORT BATUSANGKAR

Abstract

Nurul Azizah Arhdan

 “Studi Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Padang”
nurul.arhdan21@gmail.com

Violintikha Harmawan

 “Studi Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Padang”

Penelitian ini dilatarbelakangi dari masalah yang terdapat pada kualitas pelayanan di Emersia Hotel & Resort Batusangkar yang dapat mempengaruhi *revisit intention*. Tujuan dari studi ini adalah untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap *revisit intention* di Emersia Hotel & Resort Batusangkar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang menilai hubungan kausal dengan menggunakan survey untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap *revisit intention*. Variabel kualitas pelayanan dikaji berdasarkan lima indikator utama, yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Adapun variabel *revisit intention* dianalisis menggunakan empat dimensi, yakni *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale*, *willingness to place the visithing destination in priority*. Data untuk penelitian ini diperoleh melalui instrument berupa kuesioner yang dilakukan kepada 135 responden. Analisis hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui uji regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS versi 26.00. temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* (Y). ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *revisit intention* (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Revisit Intention*

Abstract

This study was motivated by issues related to service quality at Emersia Hotel & Resort Batusangkar that could affect revisit intention. The purpose of this study is to examine how service quality affects revisit intention at Emersia Hotel & Resort Batusangkar. The method used in this study is quantitative with an associative approach that assesses causal relationships using a survey to understand the effect of service quality on revisit intention. The service quality variable was assessed based on five main indicators, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible evidence. The revisit intention variable was analyzed using four dimensions, namely willingness to visit again, willingness to invite, willingness to tell positive stories, and willingness to prioritize the destination. The data for this study was obtained through a questionnaire administered to 135 respondents. Hypothesis analysis in this study was conducted through simple linear regression testing using SPSS version 26.00. The findings of this study indicate that service quality (X) has a positive and significant effect on revisit intention (Y). This shows that the service quality variable (X) has a significant effect on the revisit intention variable (Y).

Keywords: Service Quality, *Revisit Intention*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi negara. Dengan pertumbuhan ini, kebutuhan akan akomodasi meningkat, terutama hotel berbintang, yang dapat memenuhi ekspektasi wisatawan domestik maupun mancanegara dengan fasilitas dan layanan yang

berkualitas tinggi [1]. Emersia Hotel & Resort Batusangkar sebagai salah satu hotel berbintang empat di Sumatera Barat memiliki peran penting dalam mendukung daya tarik wisata daerah. Namun, hotel ini menghadapi tantangan berupa fluktuasi tingkat hunian (*occupancy rate*) yang mencerminkan belum stabilnya *revisit intention* tamu. Berdasarkan data *front office* Emersia Hotel & Resort Batusangkar (2025), tingkat hunian pada Februari 2024 sebesar 38,65% dengan 1.513 kamar terjual, turun menjadi 36,85% dengan 1.360 kamar pada Februari 2025. Penurunan signifikan juga terjadi pada bulan Maret dari 22,53% menjadi 14,91% sebelum meningkat kembali pada Juni dan Juli sebesar 33,21%. Perubahan ini menunjukkan adanya penurunan minat tamu untuk menginap kembali.

Revisit intention didefinisikan sebagai niat tamu untuk melakukan kunjungan ulang tanpa adanya paksaan berdasarkan pengalaman positif sebelumnya [2]. Sedangkan menurut [3] minat berkunjung kembali (*revisit intention*) yaitu ketika seorang tamu memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali suatu tempat atau destinasi dan menciptakan hubungan *word-of-mouth*. Indikator *revisit intention* mencakup *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale*, dan *willingness to place the visiting destination in priority* [4]. Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan pada Agustus 2025 terhadap lima orang tamu, sebagian tamu menyatakan bersedia menginap kembali karena kenyamanan kamar serta keramahan staf. Namun, ditemukan juga keluhan mengenai keterlambatan proses *check-in*, kurangnya responsivitas staf, dan *understaffing* saat jam sibuk yang menurunkan *willingness to invite*. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan tamu dengan pelayanan yang diterima.

Menurut [5] kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting bagi suatu hotel, karena semakin baik kualitas pelayanan dimata tamu, maka peluang keuntungan juga akan terpenuhi [6]. Kualitas pelayanan terdiri atas lima indikator utama yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Indikator ini berperan penting dalam mempengaruhi keputusan tamu untuk kembali menginap. Ulasan tamu di *Online Travel Agent* Emersia Hotel & Resort Batusangkar menunjukkan persepsi yang beragam, sebagian tamu memberikan ulasan positif terkait keramahan staf dan kebersihan kamar, sementara ulasan negatif mengindikasikan adanya pelayanan yang lambat dan kurang profesional dalam menangani keluhan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum konsisten sehingga perlu dilakukan kajian lebih dulu guna meningkatkan minat tamu untuk melakukan kunjungan ulang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [7] memberikan landasan yang kuat dengan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada suatu destinasi wisata. Hal serupa juga ditemukan oleh [8] yang secara spesifik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* pada hotel. Temuan ini mendukung teori bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara keseluruhan akan mendorong tamu untuk kembali. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian yang relevan dan tersedia saat ini cenderung lebih banyak dilakukan di kawasan metropolitan seperti Bali dan Jakarta. Hotel-hotel di wilayah tersebut memiliki karakteristik pasar dan tingkat persaingan yang berbeda. Sementara penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap *revisit intention* di hotel berbintang empat berbasis budaya lokal seperti Emersia Hotel & Resort Batusangkar masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kembali konsistensi pengaruh kualitas pelayanan terhadap *revisit intention* pada industri perhotelan.

Penelitian ini berfokus untuk mengkaji secara mendalam setiap dimensi kualitas pelayanan guna mengetahui pengaruhnya terhadap minat tamu untuk melakukan kunjungan ulang (*revisit intention*) di Emersia Hotel & Resort Batusangkar. Pengujian terhadap kelima dimensi tersebut penting karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi pengalaman tamu selama menginap. Dengan menganalisis pengaruh setiap dimensi secara terpisah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih akurat mengenai dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi *revisit intention*. Selain itu, dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana kualitas pelayanan yang dirasakan tamu selama menginap dapat membentuk persepsi positif yang pada akhirnya mendorong keinginan mereka untuk kembali berkunjung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi manajemen Emersia Hotel & Resort Batusangkar dalam menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat, efektif dan berkelanjutan guna meningkatkan *revisit intention* tamu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan asoatif kausal melalui metode survei. Pendekatan asoatif kausal bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen [9]. Penelitian ini dilakukan pada Agustus 2025 di Emersia Hotel & Resort Batusangkar. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap minimal 1 kali di Emersia Hotel & Resort Batusangkar periode Februari – Agustus 2025. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 135 responden, yang diperoleh menggunakan rumus hair [10]. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independennya adalah kualitas pelayanan, sedangkan untuk variabel dependennya yaitu *revisit intention*. Variabel adalah suatu sifat, karakteristik atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan yang mengalami variasi yang diindikasikan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan [11].

Data diperoleh dari responden melalui penyebaran kuisioner tertutup yang berisi pernyataan positif dengan menggunakan skala likert. Data yang diperoleh diolah menggunakan bantuan SPSS versi 26.00. Instrument diuji melalui uji validitas dengan korelasi pearson moment, yang menunjukkan semua item valid karena nilai signifikansi <0.05. Sedangkan

uji reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's Alpha >0,6, sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian tergolong reliabel. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-smirnov untuk memastikan distribusi data normal, sedangkan uji homogenitas memastikan varian data bersifat homogen. Selain itu, uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara kualitas pelayanan dan *revisit intention* bersifat linear. Selanjutnya, dilakukan uji hipotesis dengan model regresi linear sederhana. Hasil uji signifikansi menjadi dasar untuk menentukan apakah kualitas pelayanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Emersia Hotel & Resort Batusangkar. Dengan demikian, rangkaian analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh valid secara statistik dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	MEAN	TCR (%)	Kategori
Pelayanan sesuai yang dijanjikan	3,56	71,26	Baik
Staf sanggup memberikan solusi	3,58	71,56	Baik
Staf sigap merespon permintaan tamu	3,53	70,52	Baik
Staf mampu menangani keluhan tamu	3,45	69,04	Baik
Staf memiliki pengetahuan produk	3,35	66,96	Cukup
Staf memberikan rasa aman dan tenang	3,67	73,48	Baik
Staf ramah diajak berkomunikasi	3,87	77,33	Baik
Staf mampu memahami kebutuhan tamu	3,41	68,15	Baik
Penampilan fisik bangunan hotel modern dan bersih	3,79	75,85	Baik
Peralatan lengkap dan berfungsi dengan baik	3,39	67,70	Cukup
Jumlah Rata - rata	3,56	71,19	Baik

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa tingkat rata-rata skor untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah sebesar 3,56 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 71,19%. Dengan merujuk pada kriteria tingkat capaian responden menurut [12] pada kategori baik.

Deskripsi Variabel *Revisit Intention*

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel *Revisit Intention*

Pernyataan	MEAN	TCR (%)	Kategori
Tamu ingin menginap kembali dihotel	3,48	69,63	Baik
Tamu berencana menginap lagi dalam waktu dekat.	2,92	58,37	Cukup
Tamu mengajak orang lain menginap di hotel	3,53	70,52	Baik
Tamu merekomendasikan hotel kepada orang terdekat	3,43	68,59	Baik
Tamu menulis ulasan positif tentang hotel di media sosial	3,45	69,04	Baik
Tamu membagikan pengalaman kepada orang lain	3,70	74,07	Baik
Tamu memilih hotel sebagai pilihan utama jika kembali ke Batusangkar	3,48	69,63	Baik
Tamu menilai hotel sebagai pilihan yang sesuai kebutuhan	3,53	70,67	Baik
Jumlah Rata - rata	3,44	68,81	Baik

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa tingkat rata-rata skor untuk variabel *Revisit Intention* (Y) adalah sebesar 3,44 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 68,81%. Dengan merujuk pada kriteria tingkat capaian responden pada kategori baik.

UJI PERSYARATAN ANALISIS

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,71883844
Most Extreme Differences	Absolute	0,069
	Positive	0,060
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. adalah sebesar 0,200. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, dengan nilai signifikan > dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut berdistribusi dengan normal.

Tabel 4. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Revisit Intention	Based on Mean	1,230	23	104	0,237
	Based on Median	0,395	23	104	0,994
	Based on Median and with adjusted df	0,395	23	69,558	0,993
	Based on trimmed mean	1,152	23	104	0,306

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 4 menunjukkan hasil uji homogenitas varian menggunakan *levене's test*, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) 0,237 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data homogen. Artinya, tidak terdapat perbedaan varians yang signifikan pada variabel skor antar variabel yang diuji, sehingga asumsi homogenitas terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Revisit Intention * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	9410,811	29	324,511	50,641	0,000
		Linearity	9093,120	1	9093,120	1419,010	0,000
		Deviation from Linearity	317,691	28	11,346	1,771	0,020
	Within Groups		672,848	105	6,408		
	Total		10083,659	134			

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 5 diperoleh nilai sig. linearity 0,000 dimana nilai tersebut menunjukkan < 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya terdapat hubungan *linear* secara signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) dan *Revisit Intention* (Y)

UJI HIPOTESIS

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9093,120	1	9093,120	1220,936	.000 ^b
	Residual	990,539	133	7,448		
	Total	10083,659	134			
a. Dependent Variable: Revisit Intention						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan						

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 6 diperoleh nilai F hitung 1220,877 dengan sign 0,000 < 005 maka model regresi dapat dipakai. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*.

Tabel 7. Koefisien Determinan Variabel X Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,787	0,926		-4,088	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,880	0,025	0,950	34,942	0,000
a. Dependent Variable: Revisit Intention						

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Persamaan regresi berikut:

$$Y = a + b.x$$

$$Y = -3,787 + 0,880x$$

Berdasarkan persamaan diatas diperoleh koefisien regresi sebesar 0,880 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkat 0,880 satuan *revisit intention*.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	0,902	0,901	2,729
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2025

Pada tabel 8 diperoleh nilai adjusted r square sebesar 0,901 artinya pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebesar 90,1%. Sedangkan 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepuasan emosional, harga dan nilai yang dirasakan, pengalaman unik dan berbeda dan juga faktor sosial yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Emersia Hotel & Resort Batusangkar melalui pengolahan data dari 10 item pertanyaan yang disebarkan kepada 135 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian konsumen terhadap

variabel kualitas pelayanan dengan tingkat pencapaian responden sebesar 71,19% berada pada kategori baik. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan niat tamu untuk melakukan kunjungan ulang (*revisit intention*) ke suatu hotel [13]. Kualitas pelayanan yang baik dalam penelitian ini diteliti dengan indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik yang berada pada kualitas pelayanan tersebut [5]. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Menurut [5] menyampaikan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penilaian tamu terhadap kualitas layanan yang diterima dibandingkan dengan kualitas layanan yang diharapkan. Selanjutnya [14] menjelaskan kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi harapan tamu terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan dipasar dan mendapatkan kepercayaan tamu. Menurut [15] kualitas pelayanan ialah suatu keadaan dinamis yang berhubungan langsung dengan komoditas, jasa dan sumber daya manusia. Selain itu, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan. Menurut [16] kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan bagi pelanggan.

2. *Revisit Intention*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Emersia Hotel & Resort Batusangkar melalui pengolahan data dari 8 item pertanyaan yang disebarkan kepada 135 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian konsumen terhadap variabel *revisit intention* dengan tingkat pencapaian responden sebesar 68,81% berada pada kategori baik. *Revisit intention* yang baik adalah kesiapan tamu untuk melakukan kunjungan ulang berdasarkan evaluasi positif terhadap pengalaman dan kepuasan yang diterima selama kunjungan sebelumnya [17]. *Revisit intention* dalam penelitian ini diteliti dengan indikator *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale*, *willingness to place the visiting destination in priority* [4]. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tamu memiliki kecenderungan untuk kembali menginap, merekomendasikan hotel kepada orang lain, memberikan ulasan positif, serta menempatkan Emersia Hotel & Resort Batusangkar sebagai prioritas utama ketika berkunjung ke Batusangkar.

Menurut [18] minat untuk berkunjung kembali merupakan sejauh mana seseorang telah merumuskan rencana secara sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku masa depan yang ditentukan. Selanjutnya [19] *revisit intention* adalah keinginan untuk kembali berkunjung, yang didefinisikan sebagai kemungkinan tamu untuk mengulangi kembali hal-hal tertentu atau berkunjung ulang ke suatu tempat. Menurut [3] minat berkunjung kembali (*revisit intention*) merupakan perilaku ketika seorang tamu memiliki keinginan mengunjungi kembali suatu tempat atau destinasi dan menciptakan *word-of-mouth* untuk dikonsumsi, tamu secara alami untuk mengulang kunjungan. Sedangkan menurut [20] *revisit intention* merupakan minat tamu yang melakukan pembelian ulang setelah mengalami dan mengkonsumsi suatu produk atau pelayanan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Revisit Intention* di Emersia Hotel & Resort Batusangkar

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui derajat pengaruh kualitas pelayanan terhadap *revisit intention* di Emersia Hotel & Resort Batusangkar, yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,901 artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh 90,1% terhadap *revisit intention*, sedangkan 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti kepuasan emosional, harga dan nilai yang dirasakan, pengalaman unik dan berbeda, faktor sosial. Nilai uji F dalam analisis regresi linear sederhana ini sebesar 1220,936 dengan sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Emersia Hotel & Resort Batusangkar. Dalam hal ini dinyatakan bahwa H_0 yang diajukan dalam penelitian ini berhasil diterima.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [21] bahwa nilai kualitas pelayanan yang sudah dianggap baik oleh tamu dapat mendorong tamu untuk kembali berkunjung. Pelayanan yang baik mampu mendorong tamu untuk kembali menggunakan produk dan jasa yang sama di masa mendatang. Selanjutnya penelitian oleh [22] menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada suatu hotel. Jika kualitas layanan tinggi, maka akan semakin tinggi pula minat tamu untuk berkunjung kembali. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mampu mempengaruhi *revisit intention* pada tamu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* tamu di Emersia Hotel & Resort Batusangkar sebesar 90,1%, sedangkan 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepuasan emosional, harga dan nilai yang dirasakan, pengalaman unik dan berbeda dan juga faktor sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, maka semakin tinggi pula keinginan tamu untuk kembali menginap dan merekomendasikan hotel kepada pihak lain. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan tidak memenuhi harapan tamu, maka minat untuk melakukan kunjungan ulang akan mengalami penurunan. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan secara berkelanjutan oleh pihak manajemen dalam rangka meningkatkan loyalitas tamu dan memperkuat posisi hotel dalam

persaingan industri perhotelan. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi variabel penting dalam membentuk perilaku konsumen di sektor perhotelan, sehingga perlu menjadi fokus strategis dalam pengembangan kebijakan pelayanan hotel di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. L. Marie and R. E. Widodo, "Analisis Faktor Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Tingkat Penginapan Hotel Terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sub Sektor Pariwisata pada Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Tahun 2007-2018," *J. Ilm. Pariwisata*, vol. 25, no. 3, pp. 157–165, 2020, [Online]. Available: <https://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1413>
- [2] M. Hutagalung and B. M. Nainggolan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Novotel Tangerang," *Panor. Nusant.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–16, 2022.
- [3] R. A. Wijaksono, "Pengaruh experiential marketing terhadap revisit intention melalui kepuasan sebagai variabel intervening," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 344–353, 2019.
- [4] M. J. Zeithaml, Valerie A., Bitner, *Service Marketing*. New York: Mc. Graw Hill, 2018.
- [5] K. L. Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 2. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2021.
- [6] D. Baetie, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara," *Jom Fisip*, vol. 5, no. 1, pp. 1–13, 2018.
- [7] E. Baharta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan Ke Pesona Alam Puncak," *J. AKRAB JUARA*, vol. 4, no. 2, pp. 225–240, 2019, [Online]. Available: <http://kotabogor.go.id>
- [8] Rahayu Ni Made Destin, "Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort (kasus tahun 2024)," Politeknik Negeri Bali, 2024.
- [9] S. Lestari P, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: CV Alfabeta, 2021.
- [10] R. E. J.F. Hair Jr, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, *Multivariate data analysis*. In Multivariate data analysis, 2010.
- [11] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, vol. 3, no. 1. Bandung: CV Alfabeta, 2023.
- [13] I. Gede, B. Mas, A. Prana, and Y. Setiawan, "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi pada Kubu Manggala Villa Seminyak)," *Ekon. J. Ilm. Manajemen, Ekon. Bisnis, Kewirausahaan*, vol. 12, no. 2, pp. 322–339, 2025.
- [14] J. B. Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen," *J. Akunt. Dan Manaj.*, vol. 16(01), pp. 127–146, 2019.
- [15] Muafatun, M. Syaifulloh, and H. Sucipto, "Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus pada Kantor Balai Desa Cimohong)," *Jimak*, vol. 1, no. 3, pp. 2809–2406, 2022.
- [16] S. Majid, Fazal, Oktaviani, Rista, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan) Journal of Economics, Management, and Business Research (Jember) ISSN 2646-1106 (Online) Vol. 2, No. 1 (2021) 214-226," *Manag. Bus. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 214–226, 2021, [Online]. Available: www.jember.umla.ac.id
- [17] I. M. N. O. Mahardika, "Literatur Review: Destination Image and Revisit Intention," *Waisya J. Ekon. Hindu*, vol. 3, no. 1, pp. 54–67, 2024, doi: 10.53977/jw.v3i1.1608.
- [18] S. Sarinah and Mardalena, "the Effect of Job Evaluation on Job Satisfaction in the Merangin Tourism, Youth and Sports Department," *Dinasti Int. J. Digit. Bus. Manag.*, vol. 1, no. 6, pp. 980–986, 2020, doi: 10.31933/dijdbm.v1i6.589.
- [19] R. N. Nugraha, A. E. Sannindra, and M. Zaqi, "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Revisit Intention Pada Tamu Hotel Ibis Senen Jakarta," *J. Manaj. Pelayanan Hotel*, vol. 6, no. 1, p. 274, 2022, doi: 10.37484/jmph.060127.
- [20] F. Salsabila Mursil, S. B. Astuti, and F. Hawari, "Place Attachment Pada Lobi Hotel "X" Dan Hubungannya Terhadap Revisit Intention Berdasarkan Preferensi Generasi Milenial," *NALARs*, vol. 24, no. 1, pp. 79–90, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/nalars/article/view/22765>
- [21] F. Baitanu, H. Y. Sihite, I. Rahayu, and A. Junianda, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Konsumen yang Menginap di Natuna Dive Resort, Kepulauan Riau," *TOBA (Journal Tour. Hosp. Destin.*, vol. 4, no. 2, pp. 158–165, 2025, doi: 10.55123/toba.v4i2.5838.
- [22] Vicky Ardiansyah, Sugiharto Sugiharto, Bambang Karnain, Harsono Teguh Santoso, and Achmad Daengs GS, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Hotel X di Surabaya," *J. Mhs. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 251–263, 2024, doi: 10.30640/jumma45.v3i2.3126.