

PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI FAVE HOTEL NAGOYA BATAM

Abstract

Aprilia Handayani^{1*}

Universitas Negeri Padang,

Departemen Pariwisata

Apriliahandayani36@gmail.com

Feri Ferdian²

Universitas Negeri Padang,

Departemen Pariwisata

This study looks at how the Fave Hotel Nagoya Batam's location and amenities affect visitors' pleasure. A causal-associative design was used in a quantitative manner. Purposive sampling was used to choose 358 respondents who were at least 17 years old and had previously stayed at Fave Hotel Nagoya Batam. Likert-scale questionnaires were used to gather the data, and SPSS 27.00 software was used for multiple linear regression, classical assumption testing, and descriptive analysis. The Facilities variable received a TCR value of 83.53% (classified as "very good") according to descriptive analysis results, but the Location and Guest Satisfaction variables received TCR ratings of 77.26% and 77.73%, respectively (classified as "good"). According to hypothesis testing, both location ($t = 3.018$; $\text{sig.} = 0.003$) and facilities have a positive and substantial impact on guest satisfaction ($t = 3.596$; $\text{sig.} = 0.000$). Additionally, Guest Satisfaction is significantly impacted by both Facilities and Location ($F = 20.295$; $\text{sig.} = 0.000$). These two independent variables account for 9.8% of the variation in guest satisfaction, with factors outside the study model influencing the remaining 90.2%, according to the Adjusted R-Square value of 0.098. These results highlight how crucial it is to maintain hotel amenities and take care of the surrounding area, especially with regard to elements that affect visitor comfort.

Keywords: Facilities, Location, Guest Satisfaction, Hospitality Industry.

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan strategis dalam mendukung kegiatan ekonomi nasional, sebuah fakta yang tercermin dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 13,09 juta pada tahun 2024 dan meningkat menjadi sekitar 15,39 juta pada tahun 2025. Pertumbuhan ini mendorong peningkatan permintaan akan berbagai bentuk akomodasi wisata, khususnya layanan perhotelan. Dalam operasionalnya, hotel menyediakan layanan penginapan yang dilengkapi dengan makanan, minuman, serta beragam fasilitas pendukung untuk memenuhi kebutuhan tamu dan menghasilkan keuntungan (Atmoko & Widyaningsih, 2018). Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri perhotelan, kemampuan hotel untuk memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan tamu menjadi hal yang semakin krusial, karena hal tersebut berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan tamu (Kotler & Keller, 2016).

Dalam kondisi tersebut, Fave Hotel Nagoya Batam juga memiliki peluang untuk terus meningkatkan kepuasan tamu. Hal ini terlihat dari tingkat hunian (occupancy) pada bulan Desember 2025 yang tercatat sebesar 88,69%. Kondisi tersebut menjadi perhatian penelitian karena terjadi pada periode akhir tahun yang umumnya memiliki potensi peningkatan aktivitas perjalanan dan kunjungan wisatawan. Di sisi lain, hotel kompetitor di kawasan yang sama menunjukkan perkembangan tingkat hunian yang positif, sementara kunjungan wisatawan mancanegara ke Batam juga mengalami peningkatan pada periode yang sama. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada platform ulasan daring, sebagian besar tamu memberikan apresiasi terhadap lokasi hotel yang strategis dan kenyamanan kamar. Beberapa masukan yang diberikan tamu juga menjadi gambaran mengenai aspek fasilitas dan lingkungan sekitar yang dapat terus diperhatikan untuk mendukung pengalaman menginap yang lebih nyaman. Masukan tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kualitas fasilitas dan kenyamanan tamu selama menginap.

Hasil penelitian terdahulu mengenai dampak lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan tamu menunjukkan hasil yang beragam. Gery (2018) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh pada kepuasan konsumen pada The Aliga Hotel Padang, sedangkan Izzuddin dan Muhsin (2020) menemukan bahwa karakteristik wilayah hanya memiliki sedikit pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel fasilitas, Aurellia dan Hermansyah (2025) menemukan bahwa kepuasan tamu tidak terlalu

dipengaruhi oleh fasilitas, sedangkan temuan penelitian Ardiyansa dan Manvi (2025) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

Sementara itu, Prasetyo dan Alriani (2025) menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas memiliki dampak yang besar, dengan lokasi menjadi variabel yang paling dominan. Selain perbedaan hasil tersebut, penelitian terdahulu umumnya lebih menekankan aspek lokasi yang bersifat geografis, seperti aksesibilitas dan kedekatan dengan pusat kegiatan, sementara aspek lingkungan yang melekat pada lokasi, seperti kebisingan lalu lintas, belum banyak mendapat perhatian. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana lokasi dan fasilitas Fave Hotel Nagoya Batam memengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan dan terpisah. Penelitian ini mempertimbangkan faktor lingkungan, yang merupakan komponen lokasi yang dapat memengaruhi kenyamanan tamu meskipun hotel berada di lokasi yang strategis.

KAJIAN PUSTAKA

1. Kepuasan Tamu

Perasaan yang timbul akibat membandingkan harapan sebelum menggunakan layanan tersebut dengan kinerja aktual layanan yang diterima dikenal sebagai kepuasan tamu (Pramesti & Waluyo, 2020). Menurut Sholeha dkk. (2018), kepuasan dipengaruhi oleh apakah kinerja layanan yang diterima sesuai dengan harapan pengguna. Jika kinerja layanan tidak memenuhi harapan, tingkat kepuasan cenderung rendah, tetapi jika layanan memenuhi atau melampaui harapan, tingkat kepuasan dapat meningkat. Berdasarkan beberapa pendapat ahli (Nugraheni & Wiwoho, 2018; Prasastono dkk., 2020; Siregar, 2019; Mahafzah dkk., 2020), setelah membandingkan harapan awal dengan tingkat layanan yang diterima saat menggunakan layanan hotel, dapat dinyatakan bahwa kepuasan tamu merupakan reaksi emosional yang bersifat subjektif. Kepuasan tamu merupakan kunci utama dalam mempertahankan tamu (Boon dkk., 2018). Indikator kepuasan tamu dalam penelitian ini mengacu pada Permana dalam Hardiyanti dan Wulansari (2023), Secara khusus, memenuhi keinginan, hasrat, dan harapan tamu, serta kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

2. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana yang disediakan untuk mendukung aktivitas dan kebutuhan manusia, Maka dari itu, hal itu harus ditangani dengan cara yang masuk akal, murah, efektif, dan efisien (Aryani Soemitro & Suprayitno, 2018). Fasilitas mencakup seluruh peralatan fisik yang disediakan oleh penyedia jasa dengan tujuan utama menciptakan kenyamanan bagi tamu (Aidil & Suyuthie, 2023), dan penyediaan fasilitas yang lengkap dengan atmosfer serta desain yang menarik akan menghasilkan kepuasan tamu (Susanti & Wahyuni, 2017). Menurut Juniasih dkk. (2023), kepuasan tamu sangat bergantung pada kondisi fasilitas. Fasilitas yang tidak memadai dapat menyebabkan tamu kurang puas, sedangkan fasilitas yang lebih baik dapat membuat tamu merasa lebih puas. Menurut uraian tersebut, fasilitas dalam penelitian dianggap sebagai berbagai sarana dan prasarana fisik yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan, aktivitas, dan kenyamanan tamu selama menginap di hotel. Indikator Kotler dan Keller dalam Maulidiah dkk. (2023), yang mencakup kondisi fasilitas, kelengkapan, dan desain interior dan eksterior, digunakan untuk mengukur variabel fasilitas.

3. Lokasi

Lokasi merupakan faktor krusial yang secara langsung memengaruhi struktur biaya maupun pendapatan, sehingga penentuan letak yang tepat menjadi bagian vital dari strategi bisnis (Heizer dkk., 2017). Lokasi bisnis adalah tempat operasional yang dipilih secara strategis guna memperoleh keuntungan finansial melalui aktivitas penjualan produk atau jasa kepada konsumen (Rahma & Moeljono, 2023), dan ketepatan pemilihan lokasi berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan tamu yang menginap (Setiawan & Arifiansyah, 2024). Dengan demikian, lokasi adalah titik strategis yang dipilih perusahaan sebagai pusat kegiatan operasional yang tidak hanya berfungsi secara ekonomis, tetapi juga berperan sebagai instrumen pemasaran yang menentukan kenyamanan akses bagi konsumen. Indikator lokasi dalam penelitian ini mengacu pada Tjiptono dalam Santia dkk. (2022), yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, lingkungan, dan kriteria lokasi. Aspek lingkungan berkaitan dengan kondisi suasana di sekitar area hotel, seperti keberadaan tempat hiburan dan aktivitas di sekitar lokasi, yang apabila terlalu bising dapat menurunkan kenyamanan meskipun hotel berada di area yang strategis.

4. Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menguji keterkaitan Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) dengan Kepuasan Tamu (Y). Kedua variabel independen tersebut diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap Kepuasan Tamu, baik secara individual maupun secara bersama-sama. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Fave Hotel Nagoya Batam.

H2: Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Fave Hotel Nagoya Batam.

H3: Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Fave Hotel Nagoya Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan rancangan kausal-asosiatif untuk menganalisis keterkaitan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2023). Pelaksanaan penelitian dilakukan selama Juli hingga Agustus 2026 di Fave Hotel Nagoya Batam yang beralamat di Kompleks Nagoya Hill, Jl. Teuku Umar, Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau. Adapun populasi penelitian terdiri atas seluruh tamu yang pernah menginap di Fave Hotel Nagoya Batam. Berdasarkan jumlah kunjungan selama Juli–Desember 2025, rata-rata jumlah tamu yang berkunjung setiap bulan mencapai 3.341 orang.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Teknik tersebut digunakan dengan menetapkan kriteria tertentu sebagai dasar dalam menentukan responden (Sugiyono, 2020). Responden yang memenuhi kriteria penelitian adalah tamu yang berusia sekurang-kurangnya 17 tahun dan pernah menginap di Fave Hotel Nagoya Batam. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menerapkan Rumus Slovin pada tingkat kesalahan sebesar 5%, dengan hasil perhitungan $n = 3.341 / (1 + 3.341(0,05)^2) = 357,23$. Hasil tersebut kemudian dibulatkan menjadi 358 responden.

Dalam penelitian ini, Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) ditetapkan sebagai variabel independen, sedangkan Kepuasan Tamu (Y) merupakan variabel dependen. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang telah terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis melalui analisis deskriptif untuk mengidentifikasi Tingkat Pencapaian Responden (TCR) pada masing-masing variabel. Analisis dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear berganda, uji-t, uji-F, serta uji koefisien determinasi (R²) dengan bantuan SPSS 27.00. Model regresi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y menunjukkan Kepuasan Tamu, a merupakan konstanta, X1 adalah Fasilitas, X2 adalah Lokasi, b menunjukkan koefisien regresi, sedangkan e merupakan error term. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah 0,05, sedangkan nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Fasilitas termasuk dalam kategori "sangat baik", sedangkan Lokasi dan Kepuasan Tamu termasuk dalam kategori "baik" berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 358 responden yang pernah mengunjungi Fave Hotel Nagoya Batam sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	TCR (%)	Kategori
Fasilitas (X1)	83,53	Sangat Baik
Lokasi (X2)	77,26	Baik
Kepuasan Tamu (Y)	77,73	Baik

Sumber: Olahan Data Primer SPSS 27.00 (2026)

Pada variabel Fasilitas, nilai TCR tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai penataan perabot dan dekorasi di dalam kamar maupun area hotel (TCR 85,98%), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai kelengkapan fasilitas kamar dan perlengkapan mandi (TCR 81,79%). Pada variabel Lokasi, nilai TCR tertinggi terdapat pada kemudahan menemukan hotel saat pertama kali berkunjung (TCR 78,55%), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai suara kendaraan dari jalan raya yang tidak mengurangi kenyamanan tamu (TCR 75,64%). Pada variabel Kepuasan Tamu, nilai TCR tertinggi terdapat pada indikator terpenuhinya kebutuhan tamu (TCR 78,32%), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator tercapainya harapan tamu (TCR 77,02%).

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga residual dalam model penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal. Pada uji linearitas, nilai Deviation from Linearity antara Fasilitas dan Kepuasan Tamu diperoleh sebesar 0,611, sedangkan hubungan antara Lokasi dan Kepuasan Tamu menunjukkan nilai sebesar 0,298. Kedua nilai tersebut berada di atas 0,05,

sehingga hubungan antara Fasilitas dan Kepuasan Tamu serta antara Lokasi dan Kepuasan Tamu dapat dinyatakan linear. Selanjutnya, hasil uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,960 pada variabel Fasilitas dan 0,068 pada variabel Lokasi. Karena kedua nilai tersebut melebihi 0,05, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Sementara itu, hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* sebesar 0,789 ($> 0,10$) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,268 ($< 10,00$) pada kedua variabel independen. Dengan demikian, model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas.

3. Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
(Constant)	20,517	12,231	0,000
Fasilitas (X1)	0,170	3,596	0,000
Lokasi (X2)	0,127	3,018	0,003

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.00 (2026); *t* tabel = 1,967

Hasil analisis regresi pada Tabel 2 menghasilkan persamaan $Y = 20,517 + 0,170X_1 + 0,127X_2$. Pengujian terhadap variabel Fasilitas menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 3,596, lebih tinggi dibandingkan *t* tabel 1,967, dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, H1 dinyatakan diterima. Pada variabel Lokasi, nilai *t* hitung yang diperoleh sebesar 3,018 juga lebih besar dari *t* tabel 1,967, sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,003 $< 0,05$, sehingga H2 diterima. Secara simultan, pengujian melalui uji F menghasilkan *F* hitung sebesar 20,295, lebih besar daripada *F* tabel 3,021, dengan nilai signifikansi 0,000 $< 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H3 diterima, sehingga Fasilitas dan Lokasi terbukti berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Tamu. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,098 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut memberikan kontribusi sebesar 9,8% dalam menjelaskan variasi Kepuasan Tamu, sementara 90,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu, dengan koefisien regresi sebesar 0,170. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan tamu yang lebih tinggi berkaitan dengan penilaian fasilitas yang lebih baik. Hasil analisis deskriptif, yang menunjukkan bahwa fasilitas tersebut berada dalam kategori "sangat baik", memperkuat kesimpulan ini (TCR 83,53%), dengan penataan perabot dan dekorasi memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan kelengkapan fasilitas kamar dan perlengkapan mandi memperoleh nilai terendah meski masih dalam kategori sangat baik. Hasil ini sejalan dengan Juniasih dkk. (2023) yang menemukan fasilitas berpengaruh besar terhadap kepuasan tamu pada Grand Livio Hotel Bali, serta Srijani dan Sukma Hidayat (2017) yang meneliti pengaruh fasilitas pada Aston Madiun Hotel & Conference Center.

Dengan koefisien regresi sebesar 0,127, ditemukan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan tamu. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian yang lebih baik terhadap Lokasi berkaitan dengan tingkat Kepuasan Tamu yang lebih tinggi. Nilai TCR tertinggi pada variabel Lokasi terdapat pada kemudahan menemukan hotel, sedangkan nilai terendah terdapat pada aspek suara kendaraan dari jalan raya yang masih mengganggu kenyamanan tamu, meski secara keseluruhan tetap berada pada kategori baik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tjiptono (2015) bahwa akses, visibilitas, lalu lintas, dan lingkungan sekitar bisnis semuanya berkaitan dengan lokasi. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Gery (2018) mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan tamu di The Aliga Hotel Padang serta Salvia Saputro dkk. (2025) mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.

Secara simultan, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu, dengan kemampuan menjelaskan variasi Kepuasan Tamu sebesar 9,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa Fasilitas dan Lokasi secara bersama-sama memiliki keterkaitan yang signifikan dengan Kepuasan Tamu. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Prasetyo dan Alriani (2025) mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan tamu di New Puri Garden Hotel Semarang. Nilai Adjusted R Square yang relatif kecil (9,8%) juga mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi Kepuasan Tamu Menginap di Fave Hotel Nagoya Batam dijelaskan oleh faktor lain di luar fasilitas dan lokasi, seperti kualitas pelayanan, harga, maupun faktor emosional (Indrasari, 2019), yang perlu dikaji lebih lanjut pada penelitian selanjutnya.

Temuan mengenai rendahnya TCR pada aspek suara kendaraan dari jalan raya juga memperkuat fenomena awal penelitian, di mana lokasi Fave Hotel Nagoya Batam yang strategis dan berdampingan dengan pusat bisnis serta tempat hiburan ternyata membawa konsekuensi berupa kebisingan yang berpotensi mengganggu kenyamanan tamu, sejalan dengan Robbins dkk. (2023) yang menegaskan bahwa tingkat kebisingan di sekitar hotel dapat memengaruhi kualitas tidur dan kepuasan tamu secara keseluruhan. Dengan demikian, meskipun lokasi strategis tetap memberikan nilai tambah dari sisi aksesibilitas, pihak hotel perlu memberi perhatian khusus pada mitigasi kebisingan lingkungan agar potensi lokasi yang strategis dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kepuasan tamu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 358 responden Fave Hotel Nagoya Batam, dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berada pada kategori sangat baik (TCR 83,53%), sedangkan Lokasi (TCR 77,26%) dan Kepuasan Tamu (TCR 77,73%) berada pada kategori baik. Fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu ($t = 3,596 > 1,967$; $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$; $B = 0,170$), demikian pula Lokasi ($t = 3,018 > 1,967$; $\text{sig.} = 0,003 < 0,05$; $B = 0,127$). Kedua faktor ini berdampak besar terhadap kepuasan tamu secara bersamaan ($F = 20,295 > 3,021$; $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$), dengan kemampuan menjelaskan variasi Kepuasan Tamu sebesar 9,8%.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemeliharaan kualitas fasilitas serta perhatian terhadap gangguan lingkungan sekitar lokasi merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu di Fave Hotel Nagoya Batam. Pihak manajemen hotel disarankan mempertahankan kualitas fasilitas yang telah dinilai sangat baik, memperhatikan kelengkapan fasilitas kamar dan perlengkapan mandi yang memperoleh nilai TCR terendah, serta mengupayakan pengurangan gangguan suara dari lingkungan sekitar hotel agar kenyamanan dan kepuasan tamu dapat terus meningkat. Disarankan agar penelitian mendatang memperluas model penelitian dengan menyertakan lebih banyak faktor, seperti kualitas pelayanan atau harga, yang turut memengaruhi Kepuasan Tamu di luar Fasilitas dan Lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidil, F., & Suyuthie, H. (2023). Pengaruh Fasilitas Kamar Dan Harga Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Grand Bunda Hotel Bukittinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Sosial Budaya*, 3. <https://doi.org/10.58578/yasin.v3i6.1622>
- Ardiyansa, I., & Illahi Manvi, K. (2025). Pengaruh Fasilitas Hotel Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Bukik Gadang Sijunjung. *Journal Fillgap.Id*, 593-598.
- Aryani Soemitro, R. A., & Suprayitno, H. (2018). Pemikiran Awal tentang Konsep Dasar Manajemen Aset. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 2, 1-14.
- Aurellia, M., & Hermansyah. (2025). The Influence of Hotel Facilities and Service Quality on Guest Satisfaction at Fave Hotel Olo Padang. *Journal of Multidimensional Management (JoMM)*, 1(1), 73-77. <https://doi.org/10.63076/jomm.v2i1.20>
- Boon, L. K., Fern, Y. S., & Siang, Y. Y. (2018). A Study Of Revisit Intention To Boutique Hotels In Melaka. *Asia International Multidisciplinary Conference*. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.05.65>
- Gery, M. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen The Aliga Hotel Padang. *Menara Ilmu*, XII(9), 92-102. <https://doi.org/10.33559/mi.v12i9.961>
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory*.
- Hardiyanti, D. Y., & Wulansari, N. (2023). Analisis Faktor Kepuasan Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang. *Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 777-783. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.68473>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Juniasih, I. A. K., Suastama, I. B. R., & Ramadiputra, I. G. A. (2023). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada grand livio hotel bali. *Forum Manajemen*, 21, 43-56. <https://doi.org/10.61938/fm.v21i2.529>
- Mahafzah, A. G., Aljawarneh, N. M., Alomari, K. A. K., Althat, S., & Alomari, Z. S. (2020). Impact of Customer Relationship Management on Food and Beverage Services Quality: The Mediating Role of Employees Satisfaction. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 222-230. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8226>
- Maulidiah, E. P., Budiantono, B., & Survival. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economia*, 2. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Nugraheni, Y., & Wiwoho, G. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 1-13.
- Pramesti, A. B., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Costumer Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Costumer Satisfaction. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-6.
- Prasastono, N., Rahmawati, E., & Fajar Pradapa, S. Y. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Banquet Section Terhadap Kepuasan Tamu The Wujil Resort And Convention Ungaran. *Jurnal Pringgitan*, 01. <https://doi.org/10.47256/pringgitan.v1i02.39>
- Prasetyo, F. G., & Alriani, I. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Tamu New Puri Garden Hotel Semarang. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i4.2095>
- Rahma, A. F., & Moeljono. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Indonesian Journal of Management and Accounting*, 4(2), 143-151. [https://doi.org/10.21927/ijma.2023.4\(2\).143-151](https://doi.org/10.21927/ijma.2023.4(2).143-151)
- Robbins, R., Grandner, M., Knowlden, A., & Severt, K. (2023). Examining Key Hotel Attributes For Guest Sleep And Overall Satisfaction. *Author Manuscript*, 21(2), 144-155. <https://doi.org/10.1177/1467358420961544>
- Salvia Saputro, K. F., Kholisoh, L., Susilawati, R., Risdiana, A., & Aji Margiutomo, S. (2025). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 267-276. <https://doi.org/10.51277/keb.v20i2.289>
- Santia, A., Richmayati, M., & Suyatni. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel Golden View Batam. *Post Graduate Management Journal*, 2, 1-11. <https://doi.org/10.36352/pmj.v2i1.420>
- Setiawan, R., & Arifiansyah, R. (2024). Pengaruh Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Tamu Melalui Kepuasan Tamu Di Hotel Asyana Kemayoran Jakarta. *Jurnal Human Capital Development*, 11(2), 1-16.

- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12, 15-25. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Siregar, N. A. (2019). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Abang Adik. *Jurnal Benefita*, 4(2), 363-376.
- Srijani, N., & Sukma Hidayat, A. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7, 31-38. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi Keempat). CV Andi Offset.