

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN TAMU DI RISS HOTEL MALIOBORO YOGYAKARTA

Kemala Fidela Salvia Saputro¹⁾, Luluk Kholisoh²⁾, Rini Susilawati³⁾,

Aris Risdiana⁴⁾, Sapta Aji Margiutomo⁵⁾

1,2,3,5) Universitas Nusa Megarkencana,

4) UIN Sunan Kalijaga

1)fidelasalviaa@gmail.com,

2)lulukstienus@gmail.com,

3)rinisusilawati1965yk@gmail.com,

4)aris.risdiana@uin-suka.ac.id

5)rh.utomo01@gmail.com,

Abstract

The development of the hotel industry in Yogyakarta, particularly in the Malioboro area, has driven increasingly fierce competition among hotels. Riss Hotel Malioboro, as a star-rated hotel, is required to maintain and enhance guest satisfaction through location and service quality. This study aims to determine the influence of location and service quality on guest satisfaction at Riss Hotel Malioboro Yogyakarta. This study used quantitative methods. Data were obtained through a questionnaire distributed to 127 respondents and then analysed using Structural Equation Model (SEM) based on Partial Least Squares (PLS). The results indicate that both location and service quality have a positive and significant effect on guest satisfaction, both partially and simultaneously. The results indicate that the more strategic the hotel's location and the better the service quality, the higher the level of guest satisfaction at Riss Hotel Malioboro.

Keywords: Location, Service Quality, Guest Satisfaction, Riss Hotel Malioboro

Abstrak

Industri Perhotelan di Yogyakarta berkembang sangat pesat, terutama di area Malioboro dan menumbuhkan persaingan yang cukup ketat antar hotel. Riss Hotel Malioboro sebagai hotel berbintang, perlu mempertahankan dan meningkatkan jumlah tamu melalui kepuasan tamu. Banyak faktor yang memengaruhi kepuasan tamu, namun penelitian ini menggunakan Lokasi dan kualitas layangan sebagai faktor yang dianggap dominan memengaruhi kepuasan tamu di Riss Hotel Malioboro, Yogyakarta. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan 127 responden melalui kuesioner. Analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan kualitas layanan baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Hasil ini membuktikan bahwa semakin strategis lokasi dan semakin baik kualitas pelayanan, maka akan kepuasan tamu di Riss Hotel Malioboro semakin meningkat. Hal ini mendukung teori maupun penelitian terdahulu yang juga mendukung bahwa kedua variabel merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Riss Hotel Malioboro

A. PENDAHULUAN

Industri perhotelan di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan pesatnya perkembangan pariwisata. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, keberhasilan sebuah hotel tidak lagi hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, melainkan oleh kemampuan hotel dalam mencapai Kepuasan Tamu, yang menjadi indikator utama keberlanjutan bisnis.

Dalam manajemen operasional hot banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu. Faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu adalah Lokasi dan Kualitas Layanan. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses ke berbagai pusat aktivitas dan wisata, sementara Kualitas Layanan mencakup dimensi esensial seperti *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* yang dirasakan langsung oleh tamu. Kedua faktor ini bersifat saling melengkapi; keunggulan lokasi tanpa kualitas layanan yang memadai dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Riss Hotel Malioboro Yogyakarta merupakan hotel bintang empat yang dikenal memiliki keunggulan lokasi yang sangat strategis di kawasan ikonik Malioboro. Namun, keunggulan ini harus diimbangi dengan kualitas layanan yang prima. Studi sebelumnya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel ini, tetapi penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kombinasi Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan tamu pada konteks Riss Hotel Malioboro masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi mendesak untuk menganalisis peran kedua faktor tersebut secara empiris. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen hotel dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas tamu.

B. KAJIAN LITERATUR

Manajemen Pemasaran dalam industri perhotelan berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan program untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan tamu (Kotler dan Keller, 2021). Strategi ini sangat bergantung pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi tamu, yang kemudian diwujudkan melalui layanan unggulan.

Lokasi

Lokasi adalah faktor kunci yang mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel. Lokasi yang strategis, dekat dengan objek wisata, pusat perbelanjaan, dan memiliki akses transportasi yang baik, secara langsung meningkatkan daya tarik dan kenyamanan tamu (Choudhary dan Sharma, 2021). Lokasi yang baik tidak hanya mempengaruhi keputusan awal tamu untuk menginap, tetapi juga berkontribusi pada reputasi dan loyalitas tamu (Kwortnik dan Thompson, 2022).

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah ukuran seberapa besar layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan tamu (Lovelock dan Wirtz, 2020). Layanan yang buruk dapat merusak reputasi hotel, sehingga peningkatan kualitas layanan melalui pelatihan staf dan perbaikan prosedur operasional sangat penting.

Kualitas layanan dapat diukur menggunakan dimensi SERVQUAL yang meliputi lima aspek utama:

1. Keandalan (*Reliability*): Kemampuan hotel memberikan pelayanan sesuai janji secara konsisten dan akurat.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kemauan dan kecepatan staf dalam membantu dan merespons permintaan atau keluhan tamu.
3. Jaminan (*Assurance*): Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf untuk menumbuhkan rasa percaya tamu (termasuk komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetensi).

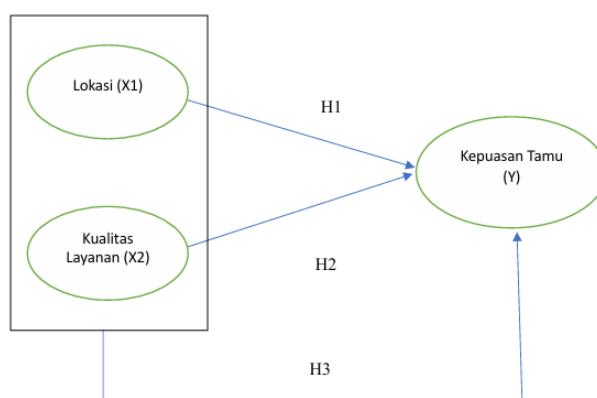
4. Empati (*Empathy*): Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada tamu dengan memahami keinginan spesifik mereka.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*): Penampilan fasilitas fisik hotel, peralatan, dan penampilan staf.

Kepuasan Tamu

Kepuasan Tamu merupakan perasaan senang atau kecewa tamu yang timbul dari perbandingan kinerja layanan yang diterima dengan ekspektasi mereka. Tingkat kepuasan yang tinggi berkorelasi positif dengan reputasi hotel dan keberhasilan jangka panjang, karena mendorong tamu untuk kembali dan merekomendasikan hotel kepada orang lain (Riyanto, 2024). Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan tamu adalah Lokasi, Harga, dan Kualitas Layanan (Kwortnik dan Thompson, 2022).

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan dasar konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian secara logis dan sistematis. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari lokasi dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen adalah tingkat kepuasan tamu.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari suatu masalah yang dihadapi dan perlu diuji kebenarannya dengan data yang lebih lengkap. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.

- H1: Diduga lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.
- H2: Diduga kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.
- H3: Diduga lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.

C. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis Pengaruh Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta. Menurut Creswell (2021), pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antar variabel. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan.

Subjek Penelitian, Objek Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian dan Waktu Penelitian

Subjek penelitian ini adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam penelitian sebagai sasaran. Sedangkan objek penelitian adalah hal yang menjadi pokok persoalan untuk kemudian akan diamati dan diteliti. Subjek pada penelitian ini adalah tamu hotel

Objek dalam penelitian ini adalah Lokasi, Kualitas Layanan, dan Tingkat Kepuasan Tamu.

Ruang lingkup penelitian merupakan lokasi penelitian tempat dimana penelitian dilakukan guna mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Januari 2025 sampai dengan Februari 2025.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner dirancang menggunakan skala likert 1-4. Skala Likert ini dipilih karena kemudahan dalam pengisian dan analisis data. Responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner, yang terdiri dari empat pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju.

Kuesioner disebarluaskan secara online melalui Google Form dengan link <https://forms.gle/J3gD9gPjzMPEUpKz8>. Penyebarluasan kuesioner secara online memungkinkan penulis untuk menjangkau lebih banyak responden dengan lebih efisiensi.

Teknik Penentuan Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik quota sampling. Quota sampling adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menetapkan kuota tertentu berdasarkan karakteristik tertentu dari populasi. Dalam penelitian ini, kuota ditentukan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama menginap tamu di Riss Hotel Malioboro. Ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 127 responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai pengaruh lokasi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan pengolahan data menggunakan software SmartPLS versi 4.0 yang memungkinkan analisis antar variabel laten secara simultan, meskipun data tidak harus berkontribusi normal dan jumlah sampel tidak terlalu besar.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	93	73,4
Laki - laki	34	26,6
Jumlah	127	100

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 93 orang sedangkan sisanya sebanyak 34 orang adalah laki-laki, dengan total keseluruhan 127 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Percentase (%)
17 – 22 Tahun	66	51,6
23 – 28 Tahun	48	38,3
29 – 34 Tahun	9	7
> 35 Tahun	4	3,1
Jumlah	127	100

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur 17 - 22 tahun yaitu sebanyak 66 orang, kemudian yang berumur antara 23 - 28 tahun sebanyak 48 orang, yang berumur 29 - 34 tahun sebanyak 9 orang. Sedangkan sisanya sebanyak 4 orang berumur > 35 tahun.

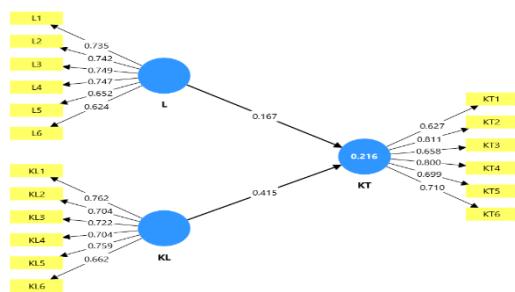
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Percentase (%)
Mahasiswa	74	58,6
Karyawan Swasta	42	32,8
Pegawai Negeri Sipil	4	3,1
Wiraswasta	2	1,6
Freelance	2	1,6
Konten Kreator	1	0,8
Guru	1	0,8
Tidak Bekerja	1	0,8
Jumlah	127	100

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa yaitu sebanyak 74 orang. Kemudian Karyawan Swasta sebanyak 42 orang. Pegawai Negeri Sipil sebanyak 4 orang. Wiraswasta sebanyak 2 orang. Freelance sebanyak 2 orang. Konten Kreator sebanyak 1 orang. Guru sebanyak 1 orang. Tidak bekerja sebanyak 1 orang.

Hasil Pengolahan Data

OUTER MODEL



Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Gambar 2. Outer Model Antar Konstruk Penelitian

Hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada Gambar 2 bahwa nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel ada beberapa indikator yang sudah dikatakan valid secara konvergen dengan nilai diatas 0,6. (Hair et al., 2017).

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 4. Average Variance Extracted(AVE)

Average variance extracted (AVE)	
KL	0,518
KT	0,519
L	0,504

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Selain itu, *Average Variance Extracted (AVE)* untuk variabel Lokasi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Tamu masing-masing adalah 0,504, 0,518, dan 0,519. Nilai *AVE* di atas 0,5 menunjukkan bahwa konstruk-konstruk ini memiliki validitas konvergen yang baik, sehingga variabel-variabel penelitian mampu menjelaskan varians dari indikator yang diukur.

Tabel 5. Validitas Diskriminan Fornell-Larcker Criterion

	KL	KT	L
KL	0,720		
KT	0,434	0,721	
L	0,112	0,214	0,710

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk (nilai diagonal yang dicetak tebal) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam kolom dan baris yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten dalam model memiliki validitas diskriminan yang baik, karena dapat dibedakan secara jelas dari konstruk lain dalam model.

Tabel 6. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)	
KT <-> KL	0,502
L <-> KL	0,213
L <-> KT	0,249

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan hasil uji HTMT masing-masing konstruk dibawah <0,90. Dengan hasil ini dapat dinyatakan valid dan memperkuat bukti bahwa instrumen penelitian ini telah berhasil membedakan antara konstruk yang satu dengan yang lain secara konseptual. Menurut Hanseler et al (2015) validitas ini dilihat dari nilai HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) yang baik umumnya berada di bawah 0,85 atau 0,90.

Tabel 7. Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite reliability (rho c)	Average variance extracted (AVE)
KL	0,816	0,828	0,866	0,518
KT	0,815	0,837	0,865	0,519
L	0,809	0,831	0,858	0,504

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai composite reliability semua variabel penelitian $> 0,7$ dan cronbach alpha $> 0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability dan cronbach alpha sehingga bisa disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki reliabilitas yang tinggi.

INNER MODEL

Tabel 8. Multikolinearitas

	VIF
KL1	1,829
KL2	1,618
KL3	1,789
KL4	1,858
KL5	1,627
KL6	1,718
KT1	1,585
KT2	2,194
KT3	1,599
KT4	1,992
KT5	1,484
KT6	1,717
L1	1,682
L2	1,649
L3	1,516
L4	1,563
L5	1,545
L6	1,437

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Dari Tabel 8 menunjukkan bahwa semua nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada di bawah 5 yang menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dengan variabel dependen. Oleh karena itu, model struktural layak untuk dilanjutkan ke pengujian hubungan antar variabel (uji hipotesis atau pengaruh langsung dan tidak langsung).

Tabel 9. R Square atau R^2

	R-square	R-square adjusted
KT	0,216	0,203

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Tabel 9 menunjukkan bahwa Kepuasan Tamu (Y) memiliki nilai R Square sebesar 0,203 yang berarti 20,3% dipengaruhi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel lokasi dan kualitas layanan, sedangkan 79,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 10. F Square

	Sum square	df	Mean square	F	P value
Total	44,948	126	0,000	0,000	0,000
Error	36,812	124	0,297	0,000	0,000
Regression	8,136	2	4,068	13,703	0,000

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh nilai F hitung sebesar 13,703 dengan P value 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dan variabel lokasi serta kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Riss Hotel Malioboro Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi dan kualitas layanan bersama-sama mempengaruhi kepuasan tamu dapat diterima.

Tabel 11. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
KL -> KT	0,415	0,432	0,072	5,732	0,000
L -> KT	0,167	0,194	0,085	1,966	0,049

Sumber: Hasil Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan langsung terhadap Kepuasan Tamu dengan nilai T-Statistics 5,732 > T-Value 1,96 dan P-Value 0,000 < 0,05, serta Lokasi juga berpengaruh signifikan langsung terhadap Kepuasan Tamu dengan nilai T-Statistics 1,966 > T-Value 1,96 dan P-Value 0,049 < 0,05. Dari Tabel 11 menunjukkan bahwa kualitas merupakan variabel yang dominan dibanding lokasi.

PEMBAHASAN

Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai T-Statistics sebesar 1,966 lebih besar dari nilai T-tabel 1,96 dan nilai P value sebesar 0,049 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis pertama (H_1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi hotel, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari dan Nugroho (2023), Anjani dan Mahendra (2022), Hidayat dkk (2022), serta Yuliana dan Setiawan (2021) bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Riss Hotel Malioboro memiliki keunggulan lokasi karena berada tepat di kawasan

Malioboro yang merupakan pusat wisata dan belanja di Yogyakarta, sehingga memudahkan tamu dalam mengakses berbagai destinasi populer. Meskipun demikian, keberadaan faktor eksternal seperti kemacetan di kawasan Malioboro tetap menjadi tantangan yang harus diantisipasi oleh pihak manajemen hotel.

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Kualitas Layanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian hipotesis kedua dengan nilai T-Statistics sebesar 5,732 lebih besar dari 1,96 dan P value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Febrianta dan Ekowati (2021), Wulandari (2023), Hidayat dkk (2022), serta Yuliana dan Setiawan (2021) bahwa kualitas layanan berpengaruh dalam menentukan kepuasan pelanggan atau konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh staf hotel, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan tamu. Dalam penelitian ini, indikator kualitas layanan yang menonjol adalah kecepatan dan ketepatan staf dalam memberikan pelayanan. Namun, masih terdapat kelemahan pada aspek keramahan dan empati staf dalam menanggapi kebutuhan maupun keluhan tamu. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan dapat terus dilakukan melalui program pelatihan pelayanan (*hospitality training*) untuk memperkuat sikap ramah, empati, dan profesionalisme staf.

Lokasi dan Kualitas Layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Tamu.

Lokasi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan nilai R Square sebesar 0,203, yang berarti bahwa 20,3% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel lokasi dan kualitas layanan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun lokasi dan kualitas layanan memiliki kontribusi yang nyata terhadap kepuasan tamu, masih terdapat faktor lain diluar penelitian ini yang juga mempengaruhi kepuasan tamu sebesar 79,7%. Faktor-faktor lain tersebut dapat berupa harga, fasilitas hotel, citra merek, promosi digital, maupun pengalaman emosional tamu. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan merupakan variabel yang dominan dibanding variabel Lokasi.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Riss Hotel baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian terdahulu bahwa faktor utama kepuasan konsumen didominasi oleh dua variabel utama, yaitu Lokasi dan kualitas layanan disamping faktor lain seperti harga dan fasilitas atau kualitas produk, karena kualitas produk biasanya paralel dengan harga. Hasil penelitian ini bisa dijadikan rekomendasi bagi pihak Riss Hotel untuk selalu mempertahankan keunggulan lokasi strategisnya dengan mengantisipasi kendala seperti kemacetan melalui layanan tambahan, serta terus meningkatkan kualitas layanan terutama pada aspek keramahan, empati, dan kemampuan staf. Selain itu, hotel perlu memperhatikan pengembangan fasilitas, penetapan harga yang kompetitif, serta promosi digital dan pengelolaan ulasan online guna memperkuat citra positif dimata wisatawan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, fasilitas, promosi, dan citra merek agar hasil penelitian lebih komprehensif, serta menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk menggali persepsi tamu secara lebih mendalam.

F. REFERENSI

- Agri, U., Chaudhary, P., & Sharma, A. (2021). In vitro compatibility evaluation of agriusable nanochitosan on beneficial plant growth-promoting rhizobacteria and maize plant. *National Academy Science Letters*, 44(6), 555-559.
- ANJANI, Y., & MAHENDRA, M. (2023). Prioritas Penanganan Jalan Dengan Sistem Manajemen Jalan Di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Ganec Swara Vol, 17(2)*.
- Berliana, P. N., Suharyati, S., & Handayani, T. (2020, November). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 440-456).
- Dixon, M. J., Victorino, L., Kwortnik, R. J., & Verma, R. (2017). Surprise, anticipation, and sequence effects in the design of experiential services. *Production and Operations Management*, 26(5), 945-960.
- Febriyanta, A., & Ekowati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Bus AKDP Jurusan Srandakan-Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(01).
- Hidayat, R., Zulkarnain, Z., & Jahrizal, J. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL MELATI DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 148-159.
- Malhotra, A. (2021). The postpandemic future of work. *Journal of management*, 47(5), 1091-1102.
- Nugroho, H. C. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan banquet room hotel Le Grandeur Jakarta. *Human Capital Development*, 6(3).
- Pratama, Y. S., Nathasya, N., & Yusuf, S. F. (2022). Pengaruh Suku Bunga dan Inflasi Terhadap Harga Saham Pada Sektor Usaha Wisata, Hotel, Restoran, dan Usaha Perjalanan di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 6(1), 15-24.
- Riyanto, A., & Supriyadi, A. (2024). Pengaruh Harga Fasilitas Dan Keputusan Menginap Terhadap Kepuasan Tamu Di Multazam Syariah Hotel Solo. *Media Bina Ilmiah*, 18(11), 2913-2924.
- Sari, R. P., & Nugroho, S. H. (2023). Effect of work stress, extrinsic and intrinsic motivation on job satisfaction and employee performance. *Rekayasa*, 16(2), 179-188.
- Siregar, A. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Dikalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1300-1312.
- Soewarno, E., Hudiyani, A., & Sugiarti, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Abadi Di Pangkalan Bun. *Magenta*, 9(2), 93-100.
- Suryani, F. S., Nugroho, R. H., Andarini, S., & Nirawati, L. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Minuman Bersoda Sprite. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 812-825.
- Thompson, Gary M., and Robert J. Kwortnik. 2022. Pooling Restaurant Reservations to Increase Service Efficiency. *Journal of Service Research* 10 (4): 335–46. <https://doi.org/10.1177/1094670508314267>.
- Tulip, A., Pebrianti, T., Afifi, V., Bangsawan, A., & Ghozali, Z. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Kredit Pada PT. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II. *JURNAL EKOBIS Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 1-16.
- Yuliani, N. K. D. K., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, STRATEGI PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA LPD DESA PAKRAMAN KESIMAN. *VALUES*, 4(3), 641-653.