

VOLUME 27, NO. 02, MEI 2025

Analisis

<https://asmistmaria.ac.id./wp/jurnal-analisis/>

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

**Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia,
Teknologi Informasi dan Komunikasi,
serta Pengangguran terhadap
Ketimpangan Pendapatan di 34 Propinsi Indonesia
Tahun 2019-2023**

I. Agus Wantara & Angelica Nababan

**Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada
Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten**

Nabila Fitriani & Susi Hermawanti

**Penanganan Komplain Pasien pada
Rumah Sakit St. Elisabeth Bekasi**

Bambang Susetyo Hastono & Maria Angelica Puspita Osha Modam

**Pengaruh Kualitas Produk Kamar, Harga, dan Bukti Fisik
terhadap Kepuasan Pelanggan pada RV Hotel Gianyar**

Maria Dominika Rambu Sedu & B. Budiningsih

**Pembayaran Pajak melalui ID Billing pada
Sistem Administrasi Perpajakan Coretax**

Petrus Sutono

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ASMI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Analisis

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

Dewan Redaksi

Pelindung : Dr. Kristina Wasiyati, S.Pd., M.Hum.
Pemimpin Redaksi : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.
Redaktur Pelaksana : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.
Dewan Redaksi : Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.
Drs. G. Jarot Windarto, M.M.
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.

Mitra Bestari : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Administrasi & Sirkulasi : Agustinus Iryanto, S.Kom.

Alamat Redaksi

Kantor : Program Studi Manajemen
ASM Marsudirini Santa Maria
Jalan Bener 14, Tegalrejo, Yogyakarta

Telepon : (0274) 585836

Faksimile : (0274) 585841

Rekening Bank : Bank Niaga Cabang Sudirman
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

Berlangganan : Langsung menghubungi Alamat Redaksi
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi "Analisis" diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

DAFTAR ISI

Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Pengangguran terhadap Ketimpangan Pendapatan di 34 Propinsi Indonesia Tahun 2019-2023 I. Agus Wantara & Angelica Nababan	1
Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten <i>Nabila Fitriani & Susi Hermawanti</i>	15
Penanganan Komplain Pasien pada Rumah Sakit St. Elisabeth Bekasi Bambang Susetyo Hastono & Maria Angelica Puspita Osha Modam	27
Pengaruh Kualitas Produk Kamar, Harga, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada RV Hotel Gianyar Maria Dominika Rambu Sedu & B. Budiningsih	39
Pembayaran Pajak Melalui ID Billing pada Sistem Administrasi Perpajakan Coretax <i>Petrus Sutono</i>	55

PENGARUH KUALITAS PRODUK KAMAR, HARGA, DAN BUKTI FISIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RV HOTEL GIANYAR

Maria Dominika Rambu Sedu & Benedicta Budiningsih

Abstract

The growing number of tourists visiting Bali has increased the demand for hotels as accommodation facilities. Consequently, the hotel industry seeks to enhance service quality to foster customer satisfaction and trust. This study aims to examine the effects of room product quality, pricing, and physical evidence on customer satisfaction, assessed through three dimensions: Tangibility, Reliability, and Responsiveness. The analysis employed multiple linear regression with 125 customer respondents. The findings indicate that Room Product Quality (X1), Price (X2), and Physical Evidence (X3) simultaneously exert a positive and significant influence on Customer Satisfaction. This is supported by an F-value of 117.324 and a significance level of 0.000, with a probability value of $p < 0.05$.

Keywords: *Service Quality (Tangibility, Reliability, Responsiveness), Customer Satisfaction.*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata terkemuka di dunia menawarkan keindahan alam yang memukau dan budaya yang kaya, sehingga banyak wisatawan datang dari seluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu keberadaan hotel-hotel di Bali sangat dibutuhkan sebagai sarana akomodasi bagi wisatawan. Industri perhotelan merupakan sektor yang menggabungkan produk dan jasa. Hotel-hotel tidak hanya menyediakan tempat menginap, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan daerah, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Kualitas Produk hotel merupakan tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian (menginap) atau tidaknya seorang tamu pada suatu hotel, karena melalui kualitas produk hotel tersebut akan dapat menilai kinerja dan merasakan rasa puas atau tidaknya tamu dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa

(hotel). Keputusan manajemen hotel untuk menetapkan harga yang tepat juga memengaruhi keputusan wisatawan untuk menginap. Selain itu, bukti fisik juga dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional hotel.

Pelanggan yang telah merasakan kinerja hotel dan harapannya terpenuhi dikatakan puas. Sejumlah studi akademis telah menunjukkan hubungan yang signifikan antara layanan yang sangat baik dan klien yang puas. Pelanggan berhak akan informasi yang benar dan kesesuaian produk dengan iklan, lalu kesesuaian produk dengan pelayanan, dan kesesuaian produk dengan harga terhadap barang yang akan dibeli. Misalnya ada garansi dan seberapa lama garansi tersebut, atau tersedianya *service center*, serta jaminan bila produk rusak dikembalikan. Harapan pelanggan yang lain adalah tentang potongan harga dan juga kelayakan harga atas barang yang dibelinya. Permasalahan kepuasan pelanggan akan muncul jika salah satu faktor saja tidak terpenuhi, misalkan bukti fisik yang buruk, atau harga yang

tidak sesuai dan banyak faktor lainnya. Berdasarkan permasalahan sebagaimana diuraikan dalam latar belakang di atas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut. Apakah variabel Produk Kamar (X1) dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (Y)?; Apakah variabel Harga (X2) dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan(Y)?; dan apakah variabel Bukti Fisik (X3) dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (Y)?

2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas, adalah: Bagaimana pengaruh kualitas produk kamar, harga dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada RV Hotel Gianyar?

B. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Hotel

Menurut Sulastiyono (2016) Hotel merupakan usaha yang menguntungkan dalam industri pariwisata, yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan fasilitas umum lainnya bagi para tamu.

2. Pengertian Jasa

Kotler dan Keller (2016:422) mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan produksinya tidak terikat pada suatu produk fisik.

3. Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler, et.al. dalam Hendrayani et al. (2021:114), bauran pemasaran yang saat ini digunakan adalah 7P dengan menggunakan unsur-unsur pemasaran yaitu:

- a. Produk (*Product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Tempat (*Place*)
- d. Promosi (*Promotion*)

- e. Orang (*People*)
- f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)
- g. Proses (*Process*)

4. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas menurut Philip Kotler dan Armstrong (2020). Produk adalah salah satu alat utama pemasar dalam memposisikan produknya di pasar. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, dan berhubungan erat dengan nilai serta kepuasan pelanggan

b. Dimensi Kualitas Produk Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2017:176) sejauh dikutip oleh Pasaribu (2024). Dimensi kualitas produk mencakup aspek-aspek seperti kinerja (*performance*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemudahan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan reputasi (*perceived quality*).

5. Harga

a. Pengertian Harga menurut Meithiana, Handayani dan Fathoni (2019) adalah jumlah uang yang dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Harga mencerminkan nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa, dan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen.

b. Dimensi harga menurut Tjiptono (2019) meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai dengan kemampuan dan daya saing harga. Harga memainkan peran krusial dalam keputusan pembelian konsumen.

6. Bukti Fisik

a. Pengertian Bukti Fisik menurut Lupiyoadi (2016) adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa serta konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peran jasa

b. Aspek-aspek Bukti Fisik (*physical*)

evidence) dalam konteks bauran pemasaran 7P adalah komponen lingkungan dan fasilitas fisik tempat layanan disampaikan, yang mencakup aspek *tangible* seperti bangunan, perlengkapan, dan desain lingkungan, yang membantu menciptakan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Zeithaml dan Gremler, 2006).

7. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan menurut Hidayat (2021:17). Kualitas pelayanan adalah variabel dominan yang harus diperhatikan dengan serius oleh perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kepuasan mereka, yang melibatkan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan. Menurut Parasuraman, et. al dalam Tjiptono dan Chandra (2011:115) kualitas pelayanan jasa memiliki lima dimensi pengukuran yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

8. Kepuasan konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2021) adalah perasaan puas atau kecewa seseorang sebagai perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan dari produk atau jasa.

C. Metode Penelitian

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket, observasi dan wawancara dengan pelanggan hotel dan staf hotel RV Gianyar. Pengumpulan data dilakukan pada Januari – 28 Februari 2024

2. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data diperoleh dari data primer yang diperoleh dari menyebar angket dan didistribusikan melalui *google form* ke pelanggan hotel

RV Gianyar yang bersedia menjadi responden dan mengisi angket.

3. Variabel Penelitian: 3 variabel (Produk Kamar, Harga, dan Bukti Fisik)

4. Populasi dan Sampel: pelanggan hotel RV Gianyar merupakan populasi penelitian. Sampel harus mewakili populasi yang akan diteliti. Para peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode yang dikenal sebagai *simple random sampling*, yang melibatkan pemilihan sebagian populasi secara acak. Setelah mengirimkan 125 angket, peneliti dapat mengumpulkan data dari orang-orang yang telah menjadi pelanggan hotel RV Gianyar. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pengunjung yang menginap di RV Hotel Gianyar.

D. Metode Statistik

Penulis menggunakan metode statistik untuk menganalisis data yang diperoleh dari angket yang telah disebar. Berbagai uji statistik diterapkan untuk mengevaluasi:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Dalam bahasa Inggris istilah ini disebut dengan *multiple linear regression* (Ghodang, 2019:10). Analisis regresi linier berganda ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya variabel X terhadap variabel Y, apakah variabel X tersebut berpengaruh positif atau berpengaruh negatif terhadap variabel Y (Rahmi Roza, 2020:55). Pengaruh antara variabel-variabel tersebut akan diformulasikan ke dalam persamaan yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

X₁ = Kualitas produk kamar

X₂ = Harga

X₃ = Bukti Fisik

A = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
 e = Tingkat kesalahan

2. Uji Korelasi Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk kamar, harga, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Analisis ini dihitung dengan menggunakan rumus determinasi menurut Sugiyono (2019:241) sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3. Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2022:125) uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dan mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel ($n - 2$).

- Apabila r hitung $>$ r tabel atau $\text{sig} < 0,05$, maka item pernyataan valid.
- Apabila r hitung $<$ r tabel atau $\text{sig} > 0,05$, maka item pernyataan tidak valid.

4. Uji reliabilitas

Sugiyono (2022:121) menyatakan bahwa uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam angket yang telah dinyatakan valid. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1. Dan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip oleh Sujianto "jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan. Suatu variabel reliabel,

apabila memenuhi syarat dengan hasil $\alpha > 0,60$, jika hasil $\alpha < 0,60$, maka konstruk dikatakan tidak reliabel.

5. Uji F

Dalam penelitian ini uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan atau bersama-sama variabel X berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji hipotesis yang dilakukan adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengujian:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, di mana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

6. Uji t

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel

independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Penelitian ini untuk menguji apakah kualitas produk kamar, pelayan dan harga secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen RV Hotel Gianyar. Pengujian ini dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t hitung dengan t-tabel. Teknik pengambilan keputusan dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel dependen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel dependen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai

signifikansi 0,05, di mana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

7. Fungsi Penyajian Data

Dalam penelitian ini, untuk menentukan skala jawaban digunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 1. Skala Likert

Skala	Skor	Rentang Skala
Sangat Setuju	1	1,00-1,79
Setuju	2	1,80-2,59
Cukup	3	2,60,3,39
Tidak Setuju	4	3,40-4,19
Sangat Tidak Setuju	5	4,20-5,00

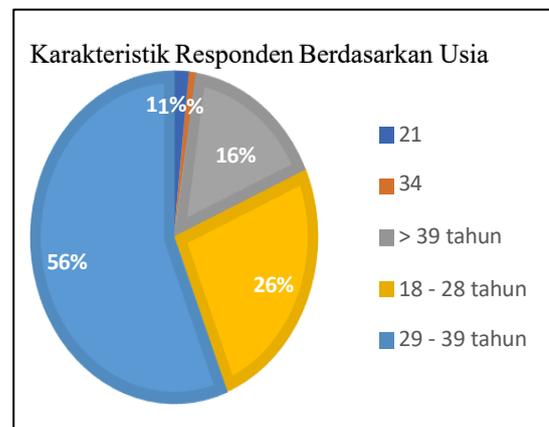
Sumber: Sugiyono (2019:147)

E. Penyajian Data dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti membagi responden berdasarkan karakteristik tertentu yang membedakan antara satu dengan lainnya. Berikut karakteristik responden yang telah dilakukan: responden yang telah dilakukan:

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ditampilkan dalam diagram berikut:



Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan diagram di atas, responden paling banyak usia 29-39 tahun, pada usia ini orang cenderung lebih mencari kenyamanan dengan fasilitas modern, mencari pengalaman yang lebih tenang serta layanan yang lebih personal

b. Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap ditampilkan dalam diagram berikut:

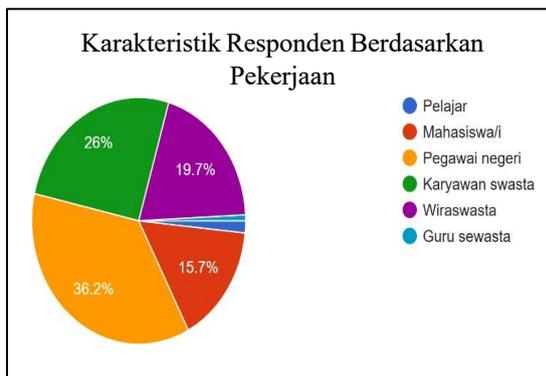


Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan diagram di atas, frekuensi menginap responden yang paling banyak adalah kurang dari 5 kali setahun dikarenakan responden dengan frekuensi menginap kurang dari 5 kali dalam setahun menginap untuk keperluan tertentu, seperti liburan keluarga, acara sosial, atau perjalanan bisnis yang tidak terlalu sering.

c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditampilkan dalam diagram berikut:



Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan diagram di atas, responden yang paling banyak adalah pegawai negeri, Hal ini dikarenakan pegawai negeri memiliki pendapatan yang stabil dan terjamin. Hal ini memungkinkan mereka untuk merencanakan perjalanan dan menginap di hotel lebih sering dibandingkan dengan kelompok lain faktor lainnya dikarenakan pekerjaan yang stabil seperti perjalanan dinas.

2. Penyajian Data

Penelitian dilakukan dengan harapan dapat mengetahui pengaruh kualitas produk kamar, harga dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada RV Hotel Gianyar. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih jelas dan terfokus, serta rekomendasi yang lebih aplikatif bagi pengembangan strategi layanan yang efektif.

a. Produk Kamar

RV Hotel di Gianyar menawarkan berbagai pilihan akomodasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam pengunjung. Tipe kamar yang tersedia meliputi superior room, deluxe room, dan family room. Setiap jenis kamar memiliki karakteristik dan fasilitas yang berbeda, sehingga pengunjung dapat memilih opsi yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

Selain variasi tipe kamar, setiap akomodasi di RV Hotel juga dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti akses Wi-Fi gratis, televisi layar datar, minibar, dan layanan kamar. Fasilitas ini dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung, sehingga mereka dapat menikmati masa menginap dengan lebih baik. Dengan demikian, RV Hotel Gianyar tidak hanya menawarkan tempat untuk beristirahat, tetapi juga pengalaman menginap yang menyenangkan dan memuaskan.

Tabel 2.
Tipe Kamar RV Hotel Gianyar

No	Tipe Kamar	Keterangan
1	Superior Room	Setiap kamar dengan ukuran kamar 22 meter persegi didesain modern dan elegan, mengutamakan kemudahan dan kenyamanan, dengan berbagai fasilitas lengkap untuk kenyamanan maksimal pelanggan.
2	Deluxe Room	Dirancang dengan ukuran kamar 32 meter persegi, dengan sentuhan kontemporer dan berbagai fasilitas lengkap, setiap kamar memiliki balkon sederhana di lantai 2 dan 3.
3	Family Room	Kamar seluas 36 meter persegi ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Dapat menampung keluarga hingga 4 orang dewasa

Sumber: Data olahan penulis, 2025

b. Harga

Harga yang ditawarkan oleh RV Hotel Gianyar dapat berubah sewaktu-waktu, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim liburan, minat pelanggan, dan dinamika pasar. Perubahan harga ini merupakan respon terhadap fluktuasi permintaan yang terjadi sepanjang tahun. Selama musim liburan atau periode puncak, ketika permintaan untuk akomodasi meningkat, harga kamar cenderung mengalami kenaikan. Hal ini dilakukan untuk mengoptimalkan pendapatan hotel dan memastikan bahwa tamu yang ingin menginap pada waktu-waktu tersebut dapat menemukan

akomodasi yang sesuai. Sebaliknya, pada musim sepi atau saat permintaan menurun, hotel dapat menyesuaikan harga dengan menurunkannya untuk menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, minat pelanggan terhadap tipe kamar tertentu juga dapat memengaruhi perubahan harga. Jika terdapat peningkatan permintaan untuk jenis kamar tertentu, hotel mungkin akan menyesuaikan harga untuk mencerminkan popularitas tersebut. Untuk harga yang dipatok RV Hotel Gianyar sendiri dari Rp. 380.000,00 – Rp. 1.300.000,00 tergantung waktu pemesanan dan tipe kamar yang dipesan.

Tabel 3.
Rate Harga Kamar RV Hotel Gianyar

Tipe Kamar	<i>Walk In Guest</i>	
	<i>High Season</i>	<i>Low Season</i>
Superior Room	Rp. 300.000	Rp. 400.000
Deluxe Room	Rp. 500.000	Rp. 600.000
Family Room	Rp. 1.200.000	Rp. 1.300.000

Sumber: Data olahan penulis, 2025

c. Bukti Fisik

Pelayanan di RV Hotel Gianyar didukung oleh berbagai bukti fisik yang terlihat dan dapat dirasakan langsung oleh tamu, memengaruhi kepuasan dan pengalaman mereka secara keseluruhan. Berikut penjabaran bukti fisik yang

berkaitan dengan pelayanan:

1. Penampilan dan Kerapian Staf:
Seragam yang rapi dan profesional, mencerminkan standar pelayanan tinggi. *Name tag* karyawan yang jelas, membantu tamu mengenali petugas dengan mudah. Sikap dan penampilan ramah, memberikan

kesan selamat datang sejak pertama kali tamu tiba.

2. Proses *Check-in & Check-out* yang Efisien:

Desain meja resepsionis yang ergonomis dengan perlengkapan lengkap seperti komputer dan dokumen administrasi yang tersusun rapi. *Digital Signage* atau papan informasi yang membantu tamu memahami prosedur dengan cepat. Kemudahan akses kartu kamar dan voucher yang diberikan dalam kemasan eksklusif.

3. Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (*Mean*), terendah (*Min*), tertinggi (*Max*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Produk kamar (X1), Harga (X2), Bukti Fisik (X3) dan Kepuasan pelanggan (Y). Analisis ini digunakan untuk menganalisis karakteristik responden dan kecenderungan data yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.
Tabel Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	125	5,00	17,00	8,888000	2,60030
X2	125	7,00	32,00	12,8240	3,88351
X3	125	5,00	23,00	7,2960	2,55906
Y	125	1,00	5,00	1,5360	,67825
Valid N (listwise)	125				

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 4. hasil uji deskriptif nilai N atau jumlah responden setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah 125 responden. Dapat dinyatakan bahwa terdapat 125 responden valid pada penelitian ini. Variabel X1 memiliki nilai minimal 5 dan nilai maksimal 17, X2 memiliki nilai minimal 7 dan nilai maksimal 32 dan X3 memiliki nilai minimal 5 dan nilai maksimal 23 sedangkan variabel Y memiliki nilai minimal 1 dan nilai maksimal 5. Berdasarkan *mean* atau rata-rata yang muncul, seluruhnya bernilai di atas 1,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa

kecenderungan responden setuju. Dapat dilihat juga nilai standar deviasi pada setiap variabel memiliki nilai kurang dari *mean* sehingga penyimpangan pada data yang terjadi rendah yang menyebabkan penyebaran nilainya merata.

4. Uji Kualitas Alat Instrumen dan Analisis

a. Uji validitas Kualitas Produk Kamar

Hasil uji validitas item pernyataan pada variabel Kualitas Produk Kamar dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 5.
Tabel Uji Validitas Kualitas Produk kamar

Uji Validitas			
Item Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X1.1	0,174	0,644	Valid
X1.2	0,174	0,730	Valid
X1.3	0,174	0,771	Valid
X1.4	0,174	0,764	Valid
X1.5	0,174	0,789	Valid

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 5. di atas dapat disimpulkan bahwa dari item pernyataan X1.1-X1.5 memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel yang sebesar 0,174. Maka dari itu semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Produk Kamar (X1) dikatakan valid, sehingga

pernyataan angket tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Validitas Harga

Hasil uji validitas item pernyataan pada variabel Harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.
Tabel Uji Validasi Harga

Uji Validitas			
Item Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X3.1	0,174	0,794	Valid
X3.2	0,174	0,849	Valid
X3.3	0,174	0,820	Valid
X3.4	0,174	0,851	Valid
X3.5	0,174	0,850	Valid

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 6. di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Harga (X3) yang mana nilai r-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel yang sebesar 0,174. Oleh karena itu semua item pernyataan dalam variabel Harga (X3) dikatakan valid,

sehingga pernyataan angket tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

c. Uji Validitas Bukti Fisik

Hasil uji validitas item pernyataan pada variabel Bukti Fisik dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 7.
Tabel Uji Validitas Bukti Fisik

Uji Validitas			
Item Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X2.1	0,174	0,671	Valid
X2.2	0,174	0,741	Valid
X2.3	0,174	0,761	Valid
X2.4	0,174	0,751	Valid
X2.5	0,174	0,782	Valid
X2.6	0,174	0,812	Valid
X2.7	0,174	0,76	Valid

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 7. di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Bukti Fisik (X2) yang mana nilai r-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel yang sebesar 0,174. Oleh karena itu semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Bukti Fisik (X2) dikatakan valid, sehingga

pernyataan angket tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

d. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas item pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8.
Tabel Uji Validasi Kepuasan Pelanggan

Uji Validitas			
Item Pernyataan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Y1	0,174	0,745	Valid
Y2	0,174	0,738	Valid
Y3	0,174	0,767	Valid

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 8. di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang mana nilai r-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel yang sebesar 0,174. Oleh karena itu semua item pernyataan dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan valid, sehingga pernyataan angket tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari setiap variabel. Suatu angket dikatakan reliabel jika jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ini menggunakan rumus *cronbach Alpha* apabila nilai *cronbach Alpha* > 0,6 maka indikator atau variabel tersebut dinyatakan reliabel. Hasil pengukuran reliabilitas dapat dilihat dari tabel 9 berikut:

5. Uji Reliabilitas

Tabel 9.
Tabel Uji Reliabilitas

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas			
Variabel	Nilai Batas	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk Kamar (X1)	0,6	0,793	Reliabel
Harga (X2)	0,6	0,889	Reliabel
Bukti Fisik (X3)	0,6	0,832	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,6	0,611	Reliabel

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 9. di atas dapat disimpulkan bahwa keempat variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan dari setiap indikator variabel dikatakan reliabel.

digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2) dan Bukti Fisik (X3) berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan (Y), baik secara simultan (bersama-sama) maupun secara parsial (terpisah). Koefisien regresi linier berganda dihitung berdasarkan hasil analisis data, seperti yang dilihat dalam tabel berikut:

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda

Tabel 10.
Tabel Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.018	.300		-.060	.952
	Kualitas Produk Kamar	.240	.040	.392	5.978	.000
	Harga	.031	.033	.050	.932	.353
	Bukti Fisik	.241	.034	.513	7.162	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 10. di atas dapat dituliskan persamaan regresinya yaitu: $Y = -0,018 + 0,240 + 0,031 + 0,241 + e$
Berdasarkan regresi linier berganda tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -0,018, dapat diartikan apabila X1 (Kualitas Produk Kamar), X2 (Harga) dan X3 (Bukti Fisik) nilainya adalah nol maka Kepuasan Pelanggan(Y) sebesar -0,018
- Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk Kamar (X1) memiliki nilai positif yaitu 0,240. Hal ini artinya jika variabel Kualitas Produk Kamar mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,240. Dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) memiliki nilai positif yaitu 0,031. Hal ini artinya jika variabel Harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,031.

Dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

- Nilai koefisien regresi untuk variabel Bukti Fisik (X3) yaitu sebesar 0,241. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel Bukti Fisik dan Kepuasan Pelanggan. Hal ini artinya jika variabel Bukti Fisik mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,241. Dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

7. Uji Hipotesis Statistik

a. Uji Parsial (t)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Apakah variabel Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3) benar-benar berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial. Berikut hasil uji parsial:

Tabel 11.
Tabel Uji T

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.018	.300		-.060	.952
	Kualitas Produk Kamar	.240	.040	.392	5.978	.000
	Harga	.031	.033	.050	.932	.353
	Bukti Fisik	.241	.034	.513	7.162	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data olahan penulis, 2025

1) Kualitas Produk Kamar Hasil uji t variabel Kualitas Produk Kamar (X1) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 5,978. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil daripada taraf alpha yang dipakai yaitu 0,05 (5 %). Maka keputusan yang diambil adalah menolak hipotesis nol (Ho) serta menerima hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan. Ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Produk Kamar (X1) mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan mengoperasikan fasilitas di dalam produk kamar, RV Hotel dapat mengembangkannya dengan *smart room technology*: Integrasikan teknologi pintar di dalam kamar, seperti pengaturan pencahayaan otomatis, kontrol suhu melalui aplikasi, dan speaker pintar. Ini akan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan.

2) Harga Hasil uji t pada variabel Harga (X2), menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,932 dengan nilai signifikansi sebesar 0,353, lebih tinggi daripada taraf alpha yang dipakai yaitu 0,05 (5 %). Maka keputusan yang diambil yaitu penolakan hipotesis nol (Ha) dan penerimaan hipotesis (H0). Ini mengindikasikan bahwasannya variabel Harga (X2) mempunyai dampak negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

(Y). RV Hotel Gianyar dapat melakukan analisis pasar untuk menyesuaikan tarif dengan kompetitor, serta menawarkan program loyalitas untuk pelanggan tetap agar mereka merasa dihargai dan termotivasi untuk kembali.

3) Bukti Fisik Hasil uji t pada variabel Bukti Fisik (X3), menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,162 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil daripada taraf alpha yang dipakai yaitu 0,05 (5 %). Maka keputusan yang diambil yaitu menolak hipotesis nol (H0) serta menerima hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan. Ini mengindikasikan bahwasannya variabel Bukti Fisik (X3) mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan RV Hotel dapat menyediakan saluran bagi pelanggan untuk memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka kemudian gunakan informasi tersebut untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menguji interaksi antara variabel Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3) kepada Kepuasan Pelanggan (Y). Tabel 11. menunjukkan hasil pengujian dengan simultan.

Tabel 12. Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234.265	3	78.088	117.324	.000 ^b
	Residual	80.535	121	.666		
	Total	314.800	124			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk Kamar, Bukti Fisik

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 12. dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar 117,324 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan pada RV Hotel Gianyar, karena nilai profitabilitasnya kurang dari 0,05 (0,000 kurang dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3) bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3) mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13.
Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.738	.81583

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk Kamar, Bukti Fisik

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan tabel 13. di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,738 atau 73,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa 73,8 % Kepuasan Pelanggan pada RV Hotel Gianyar secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3). Sedangkan 26,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, yang diteliti dengan langkah dan metode seperti analisis deskriptif, analisis linear berganda,

pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi. Selain itu penelitian yang dilakukan ini juga menggunakan teori dari para ahli yang telah melakukan penelitian serupa. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau variabel bebas yakni keseimbangan Kualitas Produk Kamar sebagai X1, Harga sebagai X2, dan Bukti Fisik sebagai variabel X3, terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan pada RV Hotel Gianyar Bali.

1. Gambaran Umum Kepuasan Pelanggan dan Variabel-variabel yang Mempengaruhinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh Kualitas Produk Kamar (X1), Harga (X2), dan Bukti Fisik (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di RV Hotel Gianyar, Bali. Ketiga variabel bebas tersebut diuji secara parsial maupun simultan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji parsial ketiga variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu variabel Kualitas Produk Kamar (X1) memiliki nilai positif sebesar 5,978, Harga (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,353 dan variabel Bukti Fisik (X3) memiliki nilai positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena memiliki nilai positif sebesar 7,162. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, namun besarnya pengaruh masing-masing variabel berbeda-beda. Dari ketiga variabel independen, Variabel Bukti Fisik (X3) memberikan pengaruh paling dominan dengan nilai t-hitung sebesar 7,162, disusul oleh Kualitas Produk Kamar (X1) sebesar 5,978, dan Harga (X2) sebesar 0,392 yang ternyata tidak signifikan secara statistik.

2. Pengaruh Kualitas Produk Kamar (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil analisis uji statistik parsial menunjukkan bahwa Kualitas Produk Kamar (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), dengan nilai t-hitung = 5,978 dan signifikansi = 0,000, yang berarti jauh di bawah alpha 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini disebabkan karena Kualitas Produk Kamar mampu memadai kebutuhan, menarik minat pelanggan guna bermaksud meningkatkan Kepuasan Pelanggan maka harus memperhatikan Kualitas Produk Kamar sebagai faktor yang mempengaruhinya. Interpretasi dari hasil ini mengindikasikan bahwa kenyamanan, kebersihan, kelengkapan

fasilitas, dan estetika kamar sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan hotel secara keseluruhan. Pelanggan merasa lebih puas apabila kamar yang mereka tempati memenuhi ekspektasi, baik secara fungsi maupun kenyamanan.

3. Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji statistik parsial terkait Harga (X2) menunjukkan bahwa pengaruhnya negatif, dan secara statistik tidak signifikan, hal ini didukung oleh penolakan hipotesis nol (H_a) dan penerimaan hipotesis (H_0) berdasarkan t-hitung = 0,392 dan nilai signifikansi 0,353 > 0,05. Maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di RV Hotel Gianyar. Kemungkinan besar, hal ini disebabkan oleh ketidaksesuaian antara persepsi harga dan kualitas yang diterima pelanggan. Harga yang dinilai masih tinggi dan fluktuatif membuat pelanggan merasa kurang mendapatkan *value for money*. Persepsi harga sangat berkaitan dengan persepsi nilai. Jika pelanggan merasa bahwa harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan kualitas atau layanan yang diterima, maka kepuasan cenderung menurun. Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang tinggi dan tidak menetap sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

4. Pengaruh Bukti Fisik (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji statistik parsial menunjukkan bahwa Bukti Fisik (X3) yang mencakup penampilan karyawan, fasilitas umum, tata letak, kebersihan area hotel, dan sarana penunjang lainnya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, dengan t-hitung = 7,162 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek fisik sangat penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Pelanggan menilai kualitas layanan tidak hanya dari interaksi personal, tapi juga dari

tampilan visual dan kenyamanan fisik yang disediakan. Hal ini diperkuat oleh teori Servqual dari Parasuraman et al. (1985), di mana *tangible* atau bukti fisik merupakan salah satu dimensi utama dalam penilaian kualitas layanan. Bukti Fisik di RV Hotel Gianyar dapat mencakup desain interior, pencahayaan, kebersihan, serta cara penyajian layanan oleh staf hotel. Jika hotel mampu menciptakan atmosfer yang menyenangkan secara fisik, maka pelanggan akan merasa lebih nyaman dan puas.

5. Pengaruh Simultan: Kualitas Produk Kamar, Harga, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan F-hitung sebesar 117,324 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa interaksi antar ketiga faktor ini secara kolektif mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan. Model ini juga didukung oleh koefisien determinasi (R^2) yang tinggi (meskipun tidak disebutkan secara eksplisit dalam narasi), yang menunjukkan bahwa sebagian besar perubahan pada Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk Kamar, Harga, dan Bukti Fisik. Dengan demikian, manajemen hotel perlu melihat ketiga variabel ini sebagai satu kesatuan yang saling melengkapi, dan tidak bisa berdiri sendiri.

E. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan variabel Kualitas Produk Kamar, Harga dan Bukti Fisik Kepuasan Pelanggan RV Hotel Gianyar dapat disimpulkan bahwa:

- a. Bukti Fisik merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, hotel harus berinvestasi pada aspek

fisik dan visual hotel seperti interior, kebersihan, fasilitas, dan citra fisik lainnya.

- b. Kualitas Produk Kamar juga penting untuk diperhatikan, karena kenyamanan selama menginap menjadi inti dari layanan hotel. Pemeliharaan kamar, peningkatan fasilitas, dan inovasi desain perlu dilakukan secara berkala.
- c. Harga meskipun tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, tetap perlu dikelola secara strategis. Harga yang terlalu tinggi atau tidak konsisten dapat menurunkan persepsi nilai dan memengaruhi keputusan kunjungan kembali.

2. Implikasi Manajerial

- a. Tingkatkan aspek fisik hotel seperti kebersihan, pencahayaan, dan interior lobby dan kamar.
- b. Pertahankan kualitas kamar dan lakukan inovasi secara berkala untuk menghindari kejenuhan pelanggan tetap.
- c. Evaluasi sistem penetapan harga, dan sesuaikan dengan segmentasi pasar agar lebih kompetitif.
- d. Kembangkan pelatihan staf untuk mendukung pelayanan fisik dan non-fisik, serta menciptakan pengalaman yang menyeluruh bagi pelanggan.

3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada jumlah responden yang terbatas serta tidak adanya umpan balik langsung dari pelanggan terkait alasan kepuasan terhadap pelayanan di Hotel RV Gianyar. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah meningkatkan jumlah sampel dan memperluas fokus penelitian pada elemen bauran pemasaran lainnya, seperti promosi, lokasi, dan aspek sumber daya manusia (*people*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ghodang. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. PT. Penerbit Mitra Grup.
- Ghozali Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hendrayani, E., & et al. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia
- Hidayat, W. (2021). *Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV. Muna Sariy Jaya. Effect of Product Quality, Service Quality on Customer Trust and Satisfaction as Intervening Variables in Construction Services Company CV Muna Sariy Jaya*. In *Bisnis dan Pendidikan* (Vol. 9, Issue 1). Diakses dari <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight*. European Edition. UK: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (Ed. ke-6). Andi Offset.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*. Edisi 15, Pearson Education
- Lupiyoadi, R. (2016). *Pengaruh Physical Evidence terhadap Kualitas Pelayanan*. Institusi Penelitian dan Pengembangan Mandalika Indonesia (Jurnal OJS Cahaya Mandalika).
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press
- Pasaribu, R. Y. F. (2024). *Brand Image Memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung di Kota Pemantangsiantar*. Repository Universitas Hkbp Nommensen.
- Roza, Rahmi dkk.(2020). *Buku Tutorial Sistem Informasi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- _____ (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastiyono Agus. (2016), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. dan Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. dan A. D. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Konsep Pengukuran dan Strategi*. Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill/Irwin.

BIODATA PENULIS

I. Agus Wantara, dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Program Sarjana Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. S₂ diselesaikan di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

Angelica Nababan, mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Nabila Fitriani, mahasiswa pada Program Studi Manajemen, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

MA. Susi Hermawanti, lahir di Pekalongan 6 Maret 1968. Menyelesaikan S₁ pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S₂ Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

G.M. Bambang Susetyo Hastono. Lahir di Yogyakarta 27 September 1970. Tahun 1998 menyelesaikan Pendidikan S₁ Jurusan Ilmu Administrasi Negara UGM. Tahun 2003 menyelesaikan Pendidikan S₂ Magister Manajemen, Pasca Sarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta. Tahun 1999 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program studi Sekretari ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Pelayanan Prima, Public Relations, Komunikasi Kantor, Public Speaking . Jabatan Fungsional: Lektor

Maria Angelica Puspita Osha Modam, mahasiswa pada Program Studi Administrasi Perkantoran, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Maria Dominika Rambu Sedu, mahasiswa pada Program Studi Manajemen, ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Benedicta Budiningsih, S.Pd., M.M, lahir di Bantul, 14 September 1971. Tahun 1997 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial/Pendidikan Akuntansi FKIP USD. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana UAJY Yogyakarta. Sejak 2001 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta mata kuliah Dasar-dasar Akuntansi, Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, Aplikasi Komputer Bisnis.

Petrus Sutono, lahir di Sleman tanggal 16 Juni 1970. Tahun 1996 menyelesaikan pendidikan S₁ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1998 menyelesaikan pendidikan S₂ pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2011 Menyelesaikan pendidikan S₂ pada Program Studi Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak tahun 1998 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu adalah Perpajakan, Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan, dan Perilaku Konsumen.

PEDOMAN PENULISAN

BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.

7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata marjin sebelah kanan.

DOKUMENTASI

A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa"
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
 - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
 - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
 - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
 - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
 - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
 - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
 - a. Majalah
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
 - b. Jurnal
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.

- d. Kumpulan Tulisan
Jika nama penulis diketahui:
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi
Sanusi, E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- f. Artikel On-Line
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available [http:Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html](http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html)

CATATAN KAKI

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.
4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.