



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 1929-1943

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Kualiatas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada The Garuda Homestay Sanur

I Putu Gede Andre Krisna Mahendra<sup>1✉</sup>, Wayan Suryathi<sup>2</sup>, Ni Putu Ritasintadevi<sup>3</sup>

Politeknik Negeri Bali

Email: [krisnaandre32@gmail.com](mailto:krisnaandre32@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kebutuhan akan akomodasi hotel semakin meningkat, dan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal dengan sektor pariwisatanya adalah Bali. Akan tetapi, sebagai hasilnya, kini terjadi persaingan antar akomodasi yang semakin ketat. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, semua perusahaan yang beroperasi di sektor ini harus memilih pendekatan yang paling tepat. Penelitian ini berupaya untuk memastikan apakah kebahagiaan klien di The Garuda Homestay Sanur secara langsung dipengaruhi oleh mutu layanan, fasilitas, dan promosi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan pendekatan kuesioner. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, responden tamu yang pernah menginap di The Garuda Homestay Sanur berjumlah 76 orang sehingga memenuhi syarat sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji determinasi, uji t, uji f, reliabilitas, validitas, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh parsial yang signifikan sebesar 0,000 terhadap kualitas pelayanan; (2) terdapat pengaruh parsial yang signifikan sebesar 0,000 terhadap fasilitas; (3) terdapat pengaruh parsial yang signifikan sebesar 0,000 terhadap promosi; dan (4) terdapat pengaruh simultan yang signifikan sebesar 0,000 terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, Promosi, Kepuasan Pelanggan*

## Abstract

The need for hotel accommodation is increasing, and one of the provinces in Indonesia that is famous for its tourism sector is Bali. However, as a result, there is now increasingly tight competition between accommodations. To improve customer satisfaction, all companies operating in this sector must choose the most appropriate approach. This study seeks to determine whether client happiness at The Garuda Homestay Sanur is directly influenced by the quality of service, facilities, and promotions. The questionnaire method was used in this study to collect data. In this study, data were collected by the questionnaire approach. Using a purposive sampling technique, 76 guest respondents who had stayed at The Garuda Homestay Sanur made up the suitable sample size. The data analysis methods that were employed included determination, t, f tests, reliability, validity, and multiple linear regression analysis. The results of the study demonstrated that: (1) a significant partial effect of 0.000 was found for service quality; (2) a significant partial effect of 0.000 was found for facilities; (3) a significant partial effect of 0.000 was found for promotion; and (4) a significant simultaneous effect of 0.000 was found for service quality, facilities, and promotion on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Facilities, Promotions, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Industri utamanya saat ini adalah pariwisata, yang terus tumbuh setiap tahunnya. Bali adalah tempat pertama yang terlintas dalam pikiran ketika membahas pariwisata di Indonesia. Terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali, seperti yang terlihat dari pertumbuhan pariwisata dari tahun 2022 ke tahun 2023. Hal tersebut tentu membuka peluang bagi industri bidang akomodasi, yang mana industri bidang akomodasi merupakan industri jasa yang termasuk dalam sektor pariwisata. Terdapat berbagai macam jenis industri bidang akomodasi salah satunya adalah homestay. Menurut Mahadewi (2018) Homestay, yang terkadang dikenal sebagai pondok wisata, adalah hunian milik pribadi yang sebagian disewakan kepada pengunjung dengan biaya harian; pemilik dan tamu tinggal bersama. Mirip dengan jenis penginapan lainnya, homestay menawarkan keahlian dan keramahtamahan stafnya bersama dengan desain interior dan fasilitas bangunan.

Di Bali terdapat banyak homestay yang telah berdiri salah satunya The Garuda Homestay Sanur yang terletak di Jl. Tunggak Bingin, Sanur, Denpasar dilengkapi dengan empat kamar dengan tipe kamar *double or twin*. Dengan fasilitas yang didapatkan seperti ruangan ber-AC, wifi gratis, kolam renang, dan *mini kitchen*. Pada mulanya The Garuda Homestay Sanur dijadikan tempat singgah sementara bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Nusa Penida, akan tetapi seiring berjalannya waktu banyak wisatawan yang

memilih untuk menginap di The Garuda Homestay Sanur. Berikut data reservasi pada The Garuda Homestay Sanur pada tahun 2023.

Tabel 1. Jumlah reservasi di The Garuda Homestay Sanur Periode Januari-Desember 2023

No	Bulan	Jumlah Reservasi
1	Januari- Maret	56
2	April- Juni	76
3	Juli- September	105
4	Oktober- Desember	78
	Total	315

Sumber: Management The Garuda Homestay Sanur, 2024

Dilihat dari data pengunjung diatas, bulan Agustus mendapatkan jumlah reservasi paling banyak dikarenakan banyak wisatawan dari luar negeri menghabiskan waktu liburannya musim panasnya di Bali. Reservasi kamar di Garuda Homestay Sanur dapat dilakukan secara online melalui OTA seperti Traveloka, Booking.com, agoda, dan lain-lain. Hal ini dilakukan karena pertumbuhan industri perhotelan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya, khususnya terkait aksesibilitas dan amenities. Pada akhirnya, kualitas layanan ini dapat menghasilkan sejumlah keuntungan, seperti membina hubungan kerja yang positif antara penyedia dan konsumen, menawarkan landasan yang kokoh untuk membangun loyalitas klien, dan secara tidak langsung menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang senang dengan pengalaman tersebut kemungkinan besar akan kembali dan bahkan mungkin merekomendasikan kepada orang lain (Foster, 2016: 2). Kegagalan personel dalam memenuhi harapan pelanggan akan mengakibatkan ketidakpuasan. Jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, mereka akan merasa puas. Jika kinerja memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, mereka akan merasakan kepuasan atau rasa puas yang besar. Kepuasan yang tinggi akan muncul dari terpenuhinya atau terlampauinya harapan pelanggan terhadap layanan karena hal ini akan membuat mereka senang, yang akan mengubah perilaku mereka dengan cara yang mendorong loyalitas (Maeriyana, et al., 2019: 31).

Meskipun dapat dikatakan bahwa The Garuda Homestay Sanur menawarkan tingkat layanan yang cukup baik, selalu ada ruang untuk perbaikan, hal ini dibuktikan masih adanya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan lewat *online travel agent*, apabila hal ini tidak diperbaiki dapat mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung di masa-masa mendatang yang dapat mengakibatkan pendapatan operasional perusahaan juga ikut menurun.

Ada beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan tersebut lebih lanjut. Ini menunjukkan bahwa sementara homestay tersebut telah mencapai standar yang dapat diterima, masih ada ruang untuk peningkatan dan perbaikan. Hal ini dapat dianggap sebagai umpan balik yang konstruktif bagi manajemen atau pemilik homestay untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjaga reputasi bisnis mereka. Selain mementingkan kualitas pelayanan, perusahaan juga dituntut dapat memberikan fasilitas yang mumpuni bagi pelanggannya.

Salah satu hal yang menjadi pertimbangan klien saat membuat keputusan adalah fasilitas. Pelanggan dapat memanfaatkan fasilitas hotel seperti lobi, rute khusus menuju pusat keramaian, transportasi bandara, toko atau outlet terdekat, ruang konferensi, perawatan medis 24 jam, waktu check-in atau check-out cepat, layanan kamar 24 jam, keamanan 24 jam, restoran, kolam renang, dan agen perjalanan (Nurchahyo, et al., 2018:24).

Nilai barang atau jasa akan semakin menarik jika semakin banyak fasilitas yang ditawarkan hotel. Penyedia layanan juga harus dapat memberi tahu tamu tentang fasilitas yang ditawarkan hotel, dengan harapan fasilitas tersebut akan memadai untuk memfasilitasi partisipasi pelanggan dalam suatu kegiatan. Kemampuan akomodasi untuk menyediakan dan memelihara fasilitasnya akan berdampak pada kepuasan tamu secara keseluruhan. Dengan meningkatkan dua faktor diatas diharapkan dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

The Garuda Homestay Sanur sering melakukan promosi melalui iklan Meta dimana dapat terhubung langsung ke media sosial seperti *facebook* dan *instagram*, hal ini dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan memberikan informasi kepada pelanggan baru maupun pelanggan tetap agar mereka tidak ketinggalan informasi terbaru mengenai akomodasi dan juga diharapkan dapat menambah kepuasan pelanggan. Selain promosi melalui iklan media sosial, pihak hotel juga memberikan promo melalui *online travel agent* berupa *voucher* diskon. Secara keseluruhan, promosi melalui iklan Meta yang terhubung ke media sosial dan pemberian promo melalui *online travel agent* adalah strategi yang penting dan efektif untuk The Garuda Homestay Sanur. Hal ini membantu *homestay* untuk memperluas jangkauan pasar, tetap terhubung dengan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penawaran yang menarik dan relevan.

Menurut penelitian Nabila dan Ratu Syifa (2020), kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh fasilitas, pemasaran, dan kualitas layanan. Penelitian yang sama juga

dilakukan oleh Wijaya, Gamas Hoggly (2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara bersamaan dipengaruhi oleh hasil dari faktor kualitas layanan, fasilitas, dan promosi.

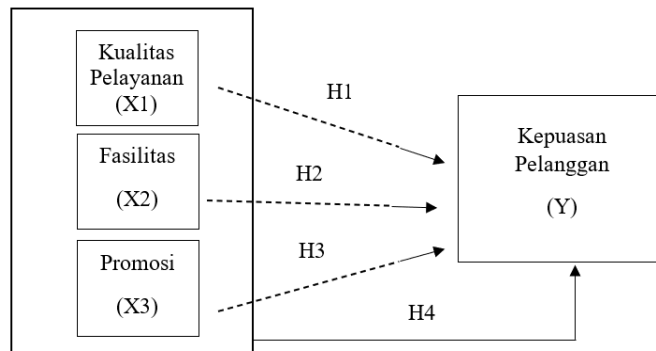
Penelitian ini akan membantu memahami secara lebih mendalam apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari layanan, fasilitas, dan promosi yang ditawarkan oleh The Garuda Homestay Sanur. Dengan menawarkan layanan yang lebih baik, fasilitas yang lebih baik, dan promosi yang lebih efektif daripada pesaingnya, *homestay* dapat mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi di The Garuda Homestay Sanur penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada The Garuda Homestay Sanur".

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda merupakan pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan. Arah dan sejauh mana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen dipastikan dengan analisis regresi linier berganda (Saleh dan Utomo, 2018:38). Meskipun demikian, untuk mencegah penyimpangan dari asumsi klasik, pengujian asumsi klasik harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi berganda. Ketika menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda untuk menilai data, salah satu prasyaratnya adalah uji asumsi klasik. Umumnya diasumsikan bahwa uji klasik berikut ini signifikan: data terdistribusi normal; tidak ada autokorelasi antara residual setiap variabel independen; heteroskedastisitas atau varians konstan dari variabel yang mengganggu; dan tidak ada multikolinearitas antara variabel independen. Perangkat lunak yang disebut SPSS 26 digunakan dalam penelitian ini untuk membantu uji asumsi klasik. Pemeriksaan normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas termasuk di antara fase-fase studi uji asumsi tradisional. Selain itu, pengujian hipotesis dan analisis regresi linier berganda tersedia. analisis model internal, pengujian hipotesis, dan pengembangan teori model analisis struktura.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

## Hipotesis Penelitian

Dengan demikian hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H2 : Fasilitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H3 : Promosi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H4 : Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa validitas kuesioner dievaluasi menggunakan uji validitas. Nilai indeks validitas  $\geq 0,3$  merupakan ambang batas minimum agar instrumen dianggap valid. Tingkat keserupaan data yang dikumpulkan dengan variabel yang diinginkan ditunjukkan oleh tingkat validitas. Tabel 2 menampilkan temuan uji validitas yang dilakukan untuk penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item pertanyaan	Validitas		
			Koefesien korelasi	Syarat valid r tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	X1.1.1	0.539	0.3	Valid
		X1.1.2	0.449	0.3	Valid

	(X1)	X1.1.3	0.891	0.3	Valid
		X1.2.1	0.831	0.3	Valid
		X1.2.2	0.407	0.3	Valid
		X1.2.3	0.807	0.3	Valid
		X1.3.1	0.823	0.3	Valid
		X1.3.2	0.365	0.3	Valid
		X1.3.3	0.672	0.3	Valid
		X1.4.1	0.517	0.3	Valid
		X1.4.2	0.394	0.3	Valid
		X1.4.3	0.649	0.3	Valid
		X1.5.1	0.360	0.3	Valid
		X1.5.2	0.320	0.3	Valid
		X1.5.3	0.331	0.3	Valid
		X2.1.1	0.682	0.3	Valid
		X2.1.2	0.952	0.3	Valid
		X2.2.1	0.572	0.3	Valid
		X2.2.2	0.332	0.3	Valid
2.	Fasilitas (X2)	X2.3.1	0.786	0.3	Valid
		X2.3.2	0.718	0.3	Valid
		X2.4.1	0.656	0.3	Valid
		X2.4.2	0.597	0.3	Valid
		X2.5.1	0.780	0.3	Valid
		X3.1.1	0.380	0.3	Valid
		X3.1.2	0.801	0.3	Valid
		X3.2.1	0.384	0.3	Valid
		X3.2.2	0.822	0.3	Valid
		X3.3.1	0.401	0.3	Valid
3	Promosi (X3)	X3.3.2	0.477	0.3	Valid
		X3.4.1	0.831	0.3	Valid
		X3.4.2	0.879	0.3	Valid
		X3.5.1	0.456	0.3	Valid
		X3.5.2	0.852	0.3	Valid
		X3.5.3	0.634	0.3	Valid
	Kepuasan	Y1.1.1	0.958	0.3	Valid
4	Pelanggan (Y)	Y1.1.2	0.735	0.3	Valid
		Y1.1.3	0.307	0.3	Valid

Y1.2.1	0.797	0.3	Valid
Y1.2.2	0.909	0.3	Valid
Y1.2.3	0.444	0.3	Valid
Y1.3.1	0.857	0.3	Valid
Y1.3.2	0.831	0.3	Valid
Y1.3.3	0.764	0.3	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024

#### Hasil Uji Reliabilitas

Definisi menurut Ghozali (2018:47) Uji reliabilitas merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai kuesioner yang berfungsi sebagai indikator konstruk atau variabel. Instrumen yang dapat dipercaya merupakan prasyarat yang diperlukan untuk melakukan penelitian yang dapat dipercaya, dan apabila penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen yang dapat dipercaya, maka hasil penelitiannya pun akan dapat dipercaya. Reliabilitas suatu konstruk ditunjukkan dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,6, yang menunjukkan bahwa variabel dianggap dapat dipercaya apabila koefisien Alpha Cronbach di atas 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,796	Reliabel
2	Fasilitas (X2)	0,839	Reliabel
3	Promosi (X3)	0,784	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,840	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Distribusi data di antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjamin uji kenormalan data. Salah satu teknik untuk memastikan apakah distribusi data normal atau tidak adalah uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70552171
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.058
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah, 2024

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6, nilai signifikansi asimtotik untuk uji dua sisi adalah 0,200, yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih tinggi daripada nilai alfa ( $\alpha = 0,05$ ). Kesimpulan yang dapat diambil dari hal ini adalah bahwa data dalam model uji telah terdistribusi secara teratur.

#### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan Uji Heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah model regresi memiliki ketidaksetaraan varians residual untuk semua data, mulai dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya di semua pengamatan. Untuk tujuan melakukan uji heteroskedastisitas, model uji Glejser digunakan. Analisis regresi dilakukan pada semua variabel independen terhadap residual absolut untuk melakukan uji Glejser. Jika variabel independen yang diteliti tidak memiliki dampak substansial pada residual absolut, ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Gletser Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2.766	2.696		-1.026	.308		
	KUALITAS	.045	.046	.135	.962	.339	.527	1.898
	PELAYANAN (X1)							

FASILITAS (X2)	.138	.059	.327	2.359	.161	.541	1.850
PROMOSI (X3)	-.055	.030	-.192	-1.839	.070	.954	1.048

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data primer diolah, 2024

Semua model memiliki tingkat signifikansi lebih tinggi dari 0,05, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7. Variabel X1, X2, dan X3 berhubungan dengan kualitas layanan, fasilitas, dan promosi, dan semuanya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) > 0,05. Karena variabel independen tidak memiliki pengaruh yang jelas terhadap galat absolut, variabel dependen, penelitian ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2018:107) Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel yang dianggap independen. Salah satu cara untuk memahami uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF). Jika nilai batas lebih dari 0,1 atau sama dengan nilai VIF di bawah 10, multikolinieritas dapat ditemukan.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Toleranc e	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-29.303	5.027			-5.829	.000		
KUALITAS PELAYANAN (X1)	.304	.086	.290		3.521	.001	.527	1.898
FASILITAS (X2)	.534	.109	.398		4.894	.000	.541	1.850
PROMOSI (X3)	.650	.056	.717		11.701	.000	.954	1.048

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8. bahwa terlihat hasil VIF sebesar 1,898, 1,850, 1,048 yang artinya kurang dari 10 dan hasil tolerance sebesar 0,527, 0,541, 0, artinya lebih besar dari 0,1. Maka data diatas tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel dependen, digunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan analisis

regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Variabel Fasilitas (X2), Promosi (X3), dan Kualitas Layanan (X1).

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-29.303	5.027		-5.829	.000		
	KUALITAS PELAYANAN (X1)	.304	.086	.290	3.521	.001	.527	1.898
	FASILITAS (X2)	.534	.109	.398	4.894	.000	.541	1.850
	PROMOSI (X3)	.650	.056	.717	11.701	.000	.954	1.048

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan bila dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda maka diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = -29.303 + 0,304 X1 + 0,534X2 + 0.650X3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap Kepuasan Pelanggan.

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Koefesien regresi dari Kualitas Pelayanan (X1) adalah positif 0,304 berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayanan dengan variabel Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) konstan, maka akan menyebabkan kenaikan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,304.

b. Fasilitas (X2)

Koefesien regresi dari Fasilitas (X2) adalah positif 0,534 berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan Fasilitas dengan variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Promosi (X3) konstan, maka akan menyebabkan kenaikan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,534.

c. Promosi (X3)

Jika variabel kualitas layanan (X1) dan fasilitas (X2) tetap konstan, peningkatan promosi sebesar satu unit akan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,650. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi promosi (X3) yang positif.

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t-test (uji parsial) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah benar-benar nyata terjadi signifikansi dan bukan diperoleh secara kebetulan. Berikut Tabel 9. menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS 26.0:

Tabel 9. Hasil Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-29.303	5.027		-5.829	.000		
KUALITAS PELAYANAN (X1)	.304	.086	.290	3.521	.001	.527	1.898
FASILITAS (X2)	.534	.109	.398	4.894	.000	.541	1.850
PROMOSI (X3)	.650	.056	.717	11.701	.000	.954	1.048

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau tingkat keyakinan 95% dan derajat kebebasan (df) = (n-k-1), maka t tabel = (n-k-1) = 76-3-1 = 72, maka diperoleh t tabel = t (0,05; 72) = 1,666

- 1) Penilaian Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Pengujian Kualitas Layanan (X1) Berdasarkan hasil uji t, H0 ditolak dan H1 yang menyatakan bahwa "Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)" diterima karena t hitung (3,521) > t tabel (1,666) pada ambang signifikansi 0,001 < 0,05.
- 2) Pengujian Kepuasan Pelanggan Fasilitas (X2) (Y) Uji t di atas menjelaskan mengapa H0 ditolak dan H2 diterima yang menyatakan bahwa "Fasilitas (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)" karena t hitung (4,894) > t tabel (1,666) pada ambang signifikansi 0,000 < 0,05.
- 3) Evaluasi Kepuasan Pelanggan (Y) dengan Promosi (X3) Nilai t hitung (11,701) > t tabel (1,666) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 dapat dijelaskan dengan uji-t di atas, sehingga H3 (yang menyatakan bahwa "Promosi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)" diterima dan H0 ditolak.

### Uji Simultan (F-test)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas yaitu Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ), dfn (k), (3) dan dfd ( $n - k$ ), ( $76 - 3$ ) = 73 maka Nilai F-tabel sebesar  $F(0,05;3;73) = 2,73$ .

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 26,0, bahwa pada Tabel ANOVA diketahui F-hitung sebesar 69,063 dan signifikansi sebesar 0,000. Kriteria pengambilan keputusan

(a)  $H_0$  diterima dan  $H_4$  ditolak jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $Sig F \geq \alpha$

(b)  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig F < \alpha$

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1579.788	3	526.596	69.063	.000 <sup>b</sup>
	Residual	548.989	72	7.625		
	Total	2128.776	75			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

b. Predictors: (Constant), PROMOSI (X3), FASILITAS (X2), KUALITAS PELAYANAN (X1)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan output program spss diketahui bahwa F-hitung (69,063) > F-tabel (2,73) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berbunyi "Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi pada Tabel 11. berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 <sup>a</sup>	.742	.731	2.76131

a. Predictors: (Constant), PROMOSI (X3), FASILITAS (X2), KUALITAS PELAYANAN (X1)

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 11. tersebut dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) = 0,742. Adapun analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$D = (0,742)^2 \times 100\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa 74,2% variasi pada Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) Sedangkan sisanya yaitu 26,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

## SIMPULAN

Berikut adalah ringkasan dari hasil penelitian yang dilakukan di The Garuda Homestay Sanur:

- Terdapat korelasi yang substansial dan positif antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan, berdasarkan t hitung sebesar 3,521 (lebih tinggi dari t tabel 1,666) dan nilai signifikansi sebesar 0,001.
- Fasilitas juga memiliki dampak yang substansial dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh t hitung sebesar 4,894 (lebih tinggi dari t tabel 1,666) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Tingkat kebahagiaan klien meningkat seiring dengan jumlah fasilitas yang ditawarkan.
- Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi. Iklan yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh t hitung sebesar 11,701 (lebih tinggi dari t tabel 1,666) dan nilai signifikansi sebesar 0,000.
- Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan F hitung sebesar 69,063, kualitas layanan, fasilitas, dan promosi semuanya memiliki dampak yang cukup besar terhadap kepuasan

pelanggan pada saat yang bersamaan. Kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kombinasi ketiga variabel ini..

#### DAFTAR PUSTAKA

- Antara, Surya., & Made Rastini. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*, 7 (2).
- Arianto (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor; Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Foster, Bob. (2016). The Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis. *Journal of humanities and social sciences*, 2(11), 1-11.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Maeriyana. Ety Soesilowati dan Fahrur Rozi. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan sebagai variabel intervening pada Koperasi Desa Rukun Tani Kecamatan Pageruyung Kabupaten Kendal. *Journal of Economic Education*, ISSN: 2301-7341, *JEE* 8 (1), 30-38
- Mahadewi, Ni Made Eka. (2018). Nomadic Tourism, Wisata Pendidikan, Digitalisasi dan Wisata Event Dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay di Destinasi Wisata. *Jurnal Kepariwisata*. 7(1)
- Nabila, Ratu Syifa. (2020). The Effect of Service Quality, Facilities, and Promotion on Rockstar Gym Costumer Satisfaction (Studi Kasus Cabang Lippo Mal Puri Jakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20), 1-21. <http://repository.stei.ac.id/3253/>
- Nurchayo, R., Fitriyani, A., & Hudda, I. N. (2017). The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta. *Binus Business Review*, 8(1), 23. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i1.1790>
- Wicaksono, A.H., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 277-282. <http://doi.org/10.33795/jab.v8i2.460>
- Wijaya, Gamas Hoggy (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike (Studi Pada Masyarakat Purwokerto) [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.