

PENGARUH FASILITAS TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN KEPUASAN TAMU SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI KASUS: NOVOTEL JAKARTA GAJAH MADA)

Richard Kurniawan¹

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Indonesia
richardkurniawan38@gmail.com

Regina Dewi Hanifah²

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Indonesia
rhanifah@bundamulia.ac.id

Diterima 8 Mei 2023

Disetujui 17 Juni 2023

Abstract- *This research is motivated by 168 complaints from the Trust You website, regarding the facilities at Novotel Jakarta Gajah Mada that affect the level of revisit intention below the target. This study aimed to determine the influence of the independent variable facility on the dependent variable of revisit intention through guest satisfaction as an intervening variable. The type of research used is the descriptive quantitative method. The sampling method in this study used the Purposive Sampling technique. The research population is Novotel Jakarta Gajah Mada guests in one year, totaling 66,537. The sample used in this study was 100 respondents who had visited and used the facilities in Novotel Jakarta Gajah Mada, which were obtained using the Slovin formula. The data were collected from a Google Forms questionnaire where respondents used a Likert Scale to assess agreement with each question. The data was processed using the SmartPLS 4 data analysis software. The results showed that facilities had a positive and significant effect on guest satisfaction and revisit intention, while guest satisfaction had a positive and significant influence on revisit intention at Novotel Jakarta Gajah Mada. The better facilities at Novotel Jakarta Gajah Mada will increase guest satisfaction and revisit intention.*

Keywords: *Facilities; Guest Satisfaction; Revisit Intention; Hotel*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akomodasi menjadi salah satu hal sangat penting dalam sektor pariwisata. Hal ini dibenarkan karena akomodasi adalah bagian penting dari pembangunan negara. (Suprayitno & Heng, 2021). Menurut Pandey *et al.* (2022), akomodasi pariwisata dengan total kontribusi hampir 33% dari sektor pariwisata, termasuk sub sektor dari akomodasi, yaitu industri hotel, motel, dan penginapan lainnya. Maka dari itu, keberadaan akomodasi sangat diperlukan untuk mendukung pariwisata terutama di Indonesia. Ulasan objek wisata digunakan untuk memeriksa pengalaman pengunjung dapat mempengaruhi niat mereka untuk berkunjung kembali (Schuckert *et al.*, 2015). Tamu dapat memberikan ulasan mereka lewat beberapa aplikasi yang menyediakan akses untuk membagikan ulasan dan pengalaman mereka, seperti Google Review, Tripadvisor, website resmi *online travel agent* (Booking.com, Agoda, Traveloka, dll.), serta tautan survei yang diberikan hotel pasca menginap.

Peneliti melakukan observasi pada hotel Novotel Jakarta Gajah Mada dimana hotel ini memiliki keluhan yang cenderung meningkat dari kuartal per kuartal. Penulis mengambil data ulasan buruk dan keluhan dari nilai rating satu hingga enam dari nilai sepuluh sebagai nilai sempurna. Jangkauan nilai dari satu hingga enam diambil berdasarkan skala dari *website* Trust You yang menyatakan nilai satu hingga dua adalah sangat tidak puas, nilai tiga hingga empat adalah tidak puas dan nilai lima hingga enam adalah rata-rata. Pada tahun 2022, Novotel Jakarta Gajah Mada telah mendapatkan 172 ulasan buruk dari jumlah 2026 ulasan. Menurut salah satu *Duty Manager* Novotel Jakarta Gajah Mada, Alin Nika Ayuningsih, walaupun ulasan buruk hanya berjumlah 8,5% dari total keseluruhan *review*, namun hal ini menjadi perhatian yang besar untuk hotel karena sangat memengaruhi performa hotel. Menurutnya, dalam satu bulan jumlah batas normal keluhan yaitu enam sampai tujuh ulasan buruk yang berarti 72 hingga 84 ulasan buruk maksimal dalam satu tahun. Namun jika dilihat dari jumlah ulasan buruk di Novotel Jakarta Gajah Mada, jumlahnya 2,38 kali lebih banyak dibandingkan batas normal. Jika ada satu ulasan buruk hotel membutuhkan lebih dari sepuluh ulasan baik bernilai 10/10 untuk mengembalikan tingkat performa hotel.

Novotel Jakarta Gajah Mada mendapatkan 172 ulasan buruk yang dibagi menjadi 144 ulasan buruk dengan keluhan dan 28 ulasan buruk tidak disertai keluhan. Dari 144 ulasan buruk yang disertai dengan keluhan, terdapat 168 keluhan yang diberikan tamu. Angka ini melebihi jumlah ulasan buruk dikarenakan ada beberapa tamu yang memiliki lebih dari satu keluhan. Berikut adalah detail dari keluhan yang dibagi berdasarkan kuartal.

Tabel 1. Jumlah Keluhan Fasilitas Novotel Jakarta Gajah Mada Januari-Desember 2022 (Kuartal)

Bulan	Total Ulasan Buruk	Jumlah Keluhan
Januari – Maret (Kuartal I)	27	23
April- Juni (Kuartal II)	56	50
Juli-September (Kuartal III)	27	24
Oktober- Desember (Kuartal IV)	62	68
JUMLAH	172	168

Sumber: Jumlah Keluhan dari *Website* TrustYou, 2022 (diakses Februari, 2023)

Jumlah keluhan dalam tahun 2022 sebanyak 168 keluhan dimana sebanyak 76,78% didominasi oleh keluhan di bagian fasilitas hotel. Tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada paling banyak mengeluh pada fasilitas kamar sebanyak 65,47% dan 11,31% pada fasilitas publik. Fasilitas merupakan sesuatu yang berbentuk fisik atau terlihat, yang diberikan perusahaan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan menjadi tanda bahwa telah harapan konsumen sudah memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Pantilu *et al.*, 2018). Selain itu, menurut Sofyan *et al.* (2013), fasilitas merupakan hal yang menjadi pertimbangan tamu dan pelanggan dalam menentukan sebuah hotel, sehingga semakin bagus fasilitas maka semakin besar kemungkinan mereka akan memilih untuk menginap di hotel tersebut.

Peneliti juga membandingkan tiga hotel Novotel yang berada di Jakarta, dimana ketiga hotel ini memiliki fasilitas kamar dan fasilitas lain yang sangat mirip dibandingkan hotel Accor lainnya terutama pada tipe kamar. Menurut data dari Accor (2019) yang diberdayakan oleh TrustYou, Novotel Jakarta Gajah Mada hanya mendapatkan nilai 5,9 dari 10 dari aspek fasilitas, dibandingkan dengan fasilitas Novotel Jakarta Mangga Dua Square yang bernilai 9,1

dari 10 dan Novotel Jakarta Cikini bernilai 8,7 dari 10. Menurut salah satu *Duty Manager* Novotel Jakarta Gajah Mada, Alin Nika Ayuningsih mengatakan bahwa adanya kurang persiapan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas hotel, berhubung hotel ini sudah memasuki umur sepuluh tahun. Alin Nika Ayuningsih selaku *Duty Manager* Novotel Jakarta Gajah Mada mengatakan bahwa hanya 55% tamu yang berkunjung atau menginap kembali ke Novotel Jakarta Gajah Mada yang masih terbilang cukup rendah dibandingkan dengan target 70% hingga 80%.

Revisit Intention dalam industri perjalanan dan perhotelan merupakan suatu hal penting dalam rangka meningkatkan keuntungan (Chang *et al.*, 2019). Pengunjung mungkin dapat meningkatkan tingkat kunjungan bila, pengunjung mendapatkan perasaan menyenangkan dari suatu daerah tujuan wisata (Andalas & Kartika, 2021). Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan salah satu faktor terbesar adalah fasilitas dalam sebuah bisnis penyedia jasa (Jaya & Yulianthini, 2022). Hal ini menjadi sangat penting pada penelitian ini untuk fokus mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu, dan juga kepuasan tamu berpengaruh terhadap *revisit intention*. Selain itu, penelitian ini ingin mengetahui juga bagaimana pengaruh secara langsung fasilitas terhadap *revisit intention*.

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut;

- a. Mengetahui besar pengaruh dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Novotel Jakarta Gajah Mada.
- b. Mengetahui besar pengaruh dan signifikan kepuasan tamu terhadap *revisit intention* di Novotel Jakarta Gajah Mada.

Mengetahui besar pengaruh dan signifikan secara langsung fasilitas terhadap *revisit intention* di Novotel Jakarta Gajah Mada.

1.2 Tinjauan Literatur

1.2.1. Fasilitas

Menurut Kotler & Keller (2016), fasilitas adalah suatu hal yang memiliki fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk memberikan serta mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas adalah segala sesuatu yang akan dipakai atau dimanfaatkan dan dinikmati oleh pelanggan, dan pemakaiannya tidak selalu berbayar. Faktor yang meliputi fasilitas seperti penawaran paket menginap di hari libur atau liburan, kelengkapan fasilitas kamar, dan kebersihan kamar (Ilyas & Mustafa, 2022). Menurut Sulastiyono (2011), terdapat enam dimensi fasilitas dalam industry hotel yaitu;

1. Kamar tidur dengan segala perlengkapannya
2. Restoran dengan pendukungnya
3. Fasilitas tambahan (fasilitas olahraga atau hiburan)
4. Ballroom untuk acara tertentu
5. Tempat parkir
6. Sarana pendukung lainnya.

1.2.2. Kepuasan Tamu

Menurut Wirtz & Zeithaml (2018), kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa itu sendiri dan sudah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Ervina *et al.* (2021), dalam industri hotel kepuasan tamu menjadi aspek penting dalam pelayanan di pariwisata. Ketika, tamu merasa puas, maka dapat diprediksi akan melakukan kunjungan kembali. Menurut Cong (2016), terdapat tiga dimensi dari kepuasan tamu yaitu,

1. Menikmati Kunjungan

2. Puas dengan Keputusan
3. Perasaan positif

1.2.3. *Revisit Intention*

Revisit Intention adalah niat perilaku atau keinginan pelanggan untuk kembali, memberikan kata positif dari mulut ke mulut, tinggal lebih lama dari yang diharapkan, berbelanja lebih dari yang diharapkan (Wirtz & Zeithaml, 2018). Dengan banyaknya konsumen yang datang untuk membeli suatu produk atau jasa, perusahaan dapat mencapai keuntungan yang diinginkan (Wirtz & Zeithaml, 2018). Menurut Wirtz & Zeithaml (2018), terdapat empat dimensi *revisit intention* yaitu;

1. Ketersediaan wisatawan untuk berkunjung kembali.
2. Ketersediaan wisatawan untuk memberikan rekomendasi.
3. Ketersediaan wisatawan untuk memberikan pengalaman yang dirasakan.
4. Ketersediaan wisatawan untuk menetapkan suatu destinasi sebagai prioritas.

1.2.4 Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Hubungan antara Fasilitas dan Kepuasan Tamu (Alana & Putro, 2020)

Fasilitas menjadi bahan pertimbangan tamu untuk menentukan pilihan tempat menginap ada di hotel (Putra, 2019). Jika mempunyai fasilitas yang memadai serta memenuhi standar, dapat memuaskan wisatawan dan memiliki peluang untuk menarik wisatawan yang lebih banyak lagi melalui pengalaman baik dari wisatawan yang berkunjung sebelumnya dan sebaliknya jika memiliki fasilitas yang buruk maka tingkat kepuasan juga sangat kurang (Alana & Putro, 2020). Menurut penelitian dari Buwung & Sudana (2022), variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu. Penelitian merumuskan hipotesis sebagai berikut;

H₀₁: Fasilitas tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu

H_{a1}: Fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu

Hubungan antara Kepuasan Tamu terhadap *Revisit Intention* (Ervina *et al.*, 2021)

Menurut Ervina *et al.* (2021) ketika tamu merasa puas, maka dapat diprediksi akan melakukan kunjungan Kembali. Jika seorang konsumen yang mengkonsumsi suatu produk atau jasa merasa puas dengan apa yang dikonsumsinya, maka tentunya konsumen tersebut akan cenderung untuk kembali lagi untuk membeli lebih banyak (Wijaksono, 2019). Penelitian merumuskan hipotesis sebagai berikut;

H₀₂: Kepuasan Pelanggan tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Revisit Intention*

H_{a2}: Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap *Revisit Intention*

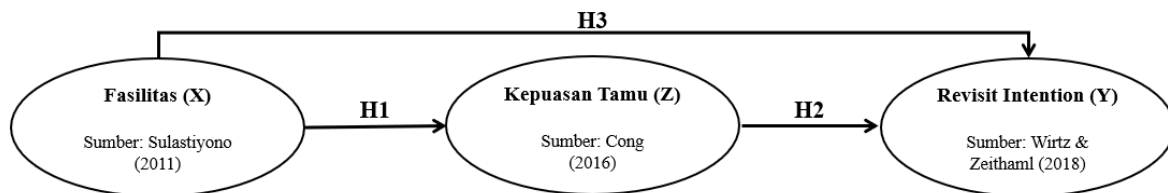
Hubungan antara Fasilitas terhadap *Revisit Intention* (De Pelsmacker *et al.*, 2018)

Fasilitas yang memadai akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Jika pelanggan tidak puas dengan fasilitas pelayanan, maka pelanggan akan meninggalkan hotel dan tidak kembali menggunakan pelayanan hotel (De Pelsmacker *et al.*, 2018). Begitu pula sebaliknya jika fasilitas memadai, maka pelanggan akan merasa puas. Ketika pelanggan mendapatkan perasaan menyenangkan dari suatu daerah tujuan wisata, mereka mungkin merasa puas dengan tempat tersebut, sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk berkunjung (Andalas & Kartika, 2021). Penelitian merumuskan hipotesis sebagai berikut;

H₀₃: Fasilitas tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Revisit Intention*

H_{a3}: Fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Revisit Intention*

Berdasarkan hubungan variabel dan hipotesis diatas, peneliti mengajukan kerangka penelitian dalam penelitian ini seperti gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber : Hasil Olahan Penulis (2023)

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti adalah seluruh tamu yang menginap di Novotel Jakarta Gajah Mada dan sudah menggunakan fasilitas tamu. Pada periode tahun 2022, jumlah tamu yang menginap di Novotel Jakarta Gajah Mada sejumlah 66.537 tamu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk pengambilan sampel, yaitu dengan menggunakan beberapa pertimbangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018). Penetapan jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin. Rumus Slovin. Dari hasil perhitungan jumlah sampel dengan rumus Slovin didapatkan sebanyak 99,8 sampel, sehingga peneliti melakukan pembulatan dan mengambil sampel sebanyak 100 responden dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Penulis mengambil taraf kesalahan 10% karena penulis memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.

Beberapa kriteria tamu yang dapat mengisi kuesioner yakni tamu yang sudah berkunjung ke Novotel Jakarta Gajah Mada minimal satu kali dan berumur minimal 25 tahun, memiliki pekerjaan dengan penghasilan minimal Rp.3.000.000,- dikarenakan umur tersebut adalah umur yang tepat untuk check-in dan membayar kamar sendiri serta dengan penghasilan diatas tiga juta menjadi penghasilan yang normal untuk menginap di hotel dengan harga kamar Rp.800.000-Rp.1.000.000.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dimana pada sifatnya penelitian ini berdasarkan data konkret dalam bentuk numerik yang diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat pengujian numerik dan akan dijelaskan hasilnya secara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada para tamu Novotel Jakarta Gajah Mada yang sudah mengunjungi dan menggunakan fasilitas hotel minimal satu kali dan mereka akan mengisi item-item kuesioner di *Google Forms*. Pengumpulan data menggunakan skala Likert dari skala satu hingga empat berdasarkan Arikunto (2010). Peneliti hanya menggunakan empat skala untuk menghindari jawaban netral atau ragu-ragu. Skala nilai satu berarti 'sangat tidak setuju', nilai dua berarti 'tidak setuju', nilai tiga berarti 'setuju', dan nilai empat berarti 'sangat setuju'.

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Squares* (PLS), dengan menggunakan software SmartPLS 4. Aplikasi SmartPLS

4 dapat memproses data dengan jumlah sampel yang lebih kecil dibandingkan *software* lain seperti Lisrel yang membutuhkan sampel yang lebih besar berhubung peneliti memiliki keterbatasan waktu penelitian. Analisis Partial Least Square (PLS) bertujuan untuk memperoleh hubungan variabel laten dan memprediksi indikator struktur konstruk. Model pengukuran yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas (*outer model*), model struktural (*inner model*), multikolonieritas (VIF), uji statistic deskriptif, pengujian hipotesis, dan uji variabel mediasi.

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

3.1. Profil Responden

Penelitian ini didapatkan profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan domisili, pendapatan per bulan, frekuensi berkunjung, dan tujuan berkunjung dari responden. Responden merupakan tamu yang menginap dan menggunakan fasilitas Novotel Jakarta Gajah Mada. Jumlah responden yang didapatkan sebesar 100 responden.

Tabel 2. Profil Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	53%
	Perempuan	47%
Usia	25-44 tahun	63%
	45-59 tahun	36%
	60-74 tahun	1%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	70%
	Wiraswasta	16%
	Pegawai Negeri Sipil	6%
	Lainnya	8%
Domisili	DKI Jakarta	80%
	Tangerang	7%
	Bekasi	3%
	Bogor	3%
Pendapatan per Bulan	Lainnya	7%
	Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	20%
	Rp.5.000.001-Rp 10.000.000	44%
Frekuensi Berkunjung	Lebih dari Rp.10.000.000	36%
	1 kali	33%
	2-3 kali	51%
	4-5 kali	10%
Tujuan Berkunjung	Lebih dari 5 kali	6%
	Liburan	51%
	Event	23%
	Bisnis/Dinas	20%
	Makan dan Minum	6%

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan data profil responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas tamu yang berkunjung ke Novotel Jakarta Gajah Mada adalah perempuan dengan rentang usia 25-44 tahun dengan mayoritas pekerjaan sebagai karyawan swasta. Selain itu, tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada mayoritas berdomisili DKI Jakarta dengan rentang pendapatan Rp.5.000.001,- hingga Rp.10.000.000,- dan mayoritas sudah berkunjung ke Novotel Jakarta Gajah Mada sebanyak 2-3 kali untuk tujuan liburan.

3.2. Outer Model

3.2.1 Validitas Konvergen

Validitas Konvergen dapat dilihat pada nilai *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Jika nilai *outer loadings* nilai lebih dari 0,70, maka dinyatakan sudah memenuhi validitas konvergen. Namun, menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2006), dalam penelitian di tahap awal dari pengembangan, nilai *outer loading* 0,50 - 0,60 sudah dianggap cukup valid. Untuk penelitian ini menggunakan skala nilai *outer loading* >0,60. Selain *outer loadings*, validitas konvergen diuji menggunakan AVE yang nilainya jika lebih dari 0,50 maka dinyatakan sudah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 3. Nilai Validitas Konvergen

Variabel	Item	Outer loadings	AVE	Keterangan
Fasilitas	FC1	0.723	0,537	Valid
	FC2	0.724		Valid
	FC3	0.766		Valid
	FC4	0.731		Valid
	FC5	0.624		Valid
	FC6	0.734		Valid
	FC7	0.670		Valid
	FC8	0.822		Valid
	FC9	0.816		Valid
	FC10	0.725		Valid
	FC11	0.740		Valid
	FC12	0.764		Valid
	FC13	0.693		Valid
	FC14	0.715		Valid
	FC15	0.718		Valid
Kepuasan Tamu	GS1	0.837	0,700	Valid
	GS2	0.881		Valid
	GS3	0.836		Valid
	GS4	0.865		Valid
	GS5	0.854		Valid
	GS6	0.767		Valid
	GS7	0.812		Valid
Revisit Intention	R1	0.825	0,753	Valid
	R2	0.876		Valid
	R3	0.895		Valid
	R4	0.897		Valid
	R5	0.883		Valid
	R6	0.886		Valid
	R7	0.865		Valid
	R8	0.810		Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Semua item dalam setiap variabel memiliki nilai *loading factors* diatas 0,60 dan AVE diatas 0,50, sehingga semua item dalam variabel *revisit intention* sudah memenuhi validitas konvergen.

3.2.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat diuji dengan nilai HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio). Jika nilai HTMT memiliki nilai dibawah 0,9, maka hubungan variabel sudah memenuhi variabel diskriminan (Henseler *et al.*, 2015).

Tabel 4. Nilai HTMT

	Fasilitas	Kepuasan Tamu	<i>Revisit Intention</i>
Fasilitas			
Kepuasan Tamu	0,896		
<i>Revisit Intention</i>	0,843	0,806	

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel nilai HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) menunjukkan nilai kurang dari 0,90, maka seluruh konstruk sudah memenuhi validitas diskriminan.

3.2.3 Cronbach Alpha and Composite Reliability

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reability*. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dan dapat diandalkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* memiliki $> 0,70$ (Ghozali, 2016).

Tabel 5. Nilai Average Variance Extracted

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reability</i>	Reabilitas
Fasilitas	0,938	0,940	Reliabel
Kepuasan Tamu	0,928	0,929	Reliabel
<i>Revisit Intention</i>	0,953	0,954	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan kuesioner reliabel atau dapat diandalkan karena memiliki nilai Cronbach Alpha dan Composite Reability diatas 0,70.

3.3. Inner Model

3.3.1 Path Coefficient

Koefisien jalur (*path coefficients*) merupakan suatu nilai dibutuhkan untuk memberikan arah hubungan pada variabel, apakah hipotesis tersebut memiliki arah ke positif atau ke negatif. *Path Coefficient* biasanya antara -1 dan $+1$, dengan koefisien yang dari 0 ke -1 mewakili hubungan negatif yang kuat dan nilai 0 ke $+1$ menunjukkan hubungan positif yang kuat (Hair *et al.*, 2021).

Tabel 6. Nilai Path Coefficient

Hubungan Variabel	<i>Path Coefficient</i>	Hubungan
Fasilitas → Kepuasan Tamu	0,846	Positif
Fasilitas → <i>Revisit Intention</i>	0,538	Positif
Kepuasan Tamu → <i>Revisit Intention</i>	0,314	Positif

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas, hubungan antara variabel fasilitas dengan variabel kepuasan tamu memiliki hubungan yang positif dengan nilai 0,846 yang artinya setiap fasilitas meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan akan ikut meningkat sebesar 0,846 satuan. Hubungan antara variabel fasilitas terhadap *revisit intention* memiliki nilai *path coefficient* 0,538 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara fasilitas dan *revisit intention*, sehingga jika fasilitas meningkat sebesar satu satuan, maka *revisit intention* akan meningkat sebesar 0,538. Hubungan variabel kepuasan tamu dan *revisit intention* memiliki nilai *path coefficient* 0,314 yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel tersebut, sehingga setiap kepuasan tamu meningkat sebesar satu satuan, maka *revisit intention* akan meningkat juga sebesar 0,314 satuan. Nilai koefisien jalur antara hubungan kepuasan tamu terhadap *revisit intention* lebih rendah dibandingkan dengan hubungan variabel lainnya karena berdasarkan obsevasi peneliti dalam lokasi penelitian, tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada yang memiliki perasaan puas belum tentu akan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali. Hal ini didukung beberapa aspek lainnya seperti banyak persaingan antar hotel di area Glodok serta persaingan promosi dan harga.

3.3.2 Path Determination (R^2)

Path Determination (R^2) dirancang untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan perubahan variabel dependen, sebagian atau secara bersamaan (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Selain itu menurut Hair *et al.* (2011), nilai R Square 0,75 dinyatakan dalam kategori kuat, nilai R Square 0,5 dinyatakan dalam kategori moderat, dan nilai R Square 0,25 dinyatakan lemah.

Tabel 7. Nilai Path Coefficient

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>	Keterangan
Kepuasan Tamu	0,716	0,713	Moderat
<i>Revisit Intention</i>	0,673	0,667	Moderat

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Bedasarkan tabel diatas, untuk mencari seberapa besar sebuah variabel independent menjelaskan variabel dependen, peneliti menggunakan hasil dari *R Square Adjusted*. Variabel independen Fasilitas dapat menjelaskan variabel dependen Kepuasan Tamu bersifat moderat sebesar 71,3% dan sisa 28,7% adalah variabel independen lain yang mempengaruhi Kepuasan Tamu, namun tidak diteliti dalam model. Variabel Independen Fasilitas dapat menjelaskan variabel dependen *Revisit Intention* bersifat moderat sebesar 66,7% dan sisa 33,3% adalah variabel independen lain yang mempengaruhi *revisit intention*, namun tidak diteliti dalam model. Kedua nilai *R-Square* dikategorikan moderat yang artinya variabel fasilitas pada model memiliki pengaruh menengah kepada variabel kepuasan tamu dan *revisit intention* dibandingkan dengan variabel lain yang berasal dari luar model yang memiliki pengaruh lebih tinggi ataupun lebih rendah.

3.3.3 Predictive Relevance (Q^2)

Menurut Ghozali (2016), *Predictive relevance* merupakan salah satu tes yang digunakan untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan melihat nilai Q Square. Menurut Sarstedt *et al.* (2017), jika nilai Q^2 dari suatu variabel laten lebih dari nol, maka menunjukkan adanya *predictive relevance* dalam konstruk, sehingga dalam model memiliki variabel yang terbukti baik dan relevan.

Tabel 8. Nilai Path Coefficient

	Q^2
Kepuasan Tamu	0,707
Revisit Intention	0,629

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, model ini untuk menjelaskan kepuasan tamu dan *revisit intention* memiliki terbukti baik dan relevan.

3.4. Uji Multikolonieritas (VIF)

Variance Inflation Factor (VIF) adalah salah satu uji multikolonieritas untuk mencari apakah suatu model regresi menemukan korelasi antar variabel (Ghozali, 2016). Menurut Ghozali (2016), Nilai *cut-off* yang digunakan untuk menunjukkan apakah adanya multikolonieritas adalah;

- Jika nilai VIF < 10, maka tidak ada gejala multikolonieritas.
- Jika nilai VIF > 10, maka terjadi gejala multikolonieritas.

Tabel 9. Nilai Variance Inflation Factor (VIF)

	Fasilitas	Kepuasan Tamu	Revisit Intention
Fasilitas		1,000	3,523
Kepuasan Tamu			3,523
Revisit Intention			

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Bedasarkan hasil dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa pada model ini, tidak terjadi adanya multikolonieritas.

3.5. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan susunan data sampel sebelum melakukan analisis statistik yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis (Ghozali, 2016). Uji statistik deskriptif pada penelitian ini akan melihat nilai mean dan standar deviasi dari hasil jawaban responden.

Tabel 10. Tabel Mean dan Standar Deviasi

Dimensi	Item	Mean	Std.Dev
Fasilitas	Pedingin Ruangan di Kamar Tidur	3.560	0.487
	Kamar mandi di Kamar Tidur	3.550	0.493
	Bath Amenities di dalam Kamar Tidur	3.480	0.487
	Coffee Set di dalam kamar tidur	3.550	0.615
	Telepon di dalam Kamar Tidur	3.520	0.561
	Kapasitas Tempat Duduk Restoran	3.490	0.500
	Fasilitas Musik di Restoran	3.380	0.493
	Kolam Renang di Hotel	3.490	0.666
	Pusat Kebugaran di Hotel	3.490	0.487
	Spa di Hotel	3.410	0.664
	Tempat Parkir di Hotel	3.310	0.493
	Daya Tampung Kendaraan di Tempat Parkir	3.290	0.500
	Wi-Fi Hotel.	3.460	0.711

Kepuasan TamU	Lift Hotel	3.470	0.500
	Toilet Umum Hotel	3.490	0.664
	Menikmati Kunjungan	3.590	0.555
	Menikmati Fasilitas	3.550	0.561
	Puas dengan Keputusan Berkunjung	3.510	0.614
	Puas dengan Keputusan menggunakan Fasilitas	3.460	0.656
	Memenuhi ekspektasi tamu	3.440	0.493
	Perasaan positif menggunakan fasilitas	3.480	0.708
Revisit Intention	Perasaan positif berkunjung	3.490	0.478
	Mengunjungi kembali hotel	3.470	0.487
	Merekomedasi hotel kepada keluarga	3.450	0.493
	Merekomedasi hotel kepada teman	3.500	0.493
	Merekomedasi hotel kepada kerabat	3.470	0.493
	Membagikan pengalaman kepada keluarga	3.430	0.498
	Membagikan pengalaman kepada teman	3.430	0.666
	Membagikan pengalaman kepada kerabat	3.400	0.487
Menetapkan sebagai hotel prioritas saat akan berkunjung kembali	3.370	0.493	

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas, nilai mean dari item-item dari variabel fasilitas, nilai mean terendah sebesar 3,290 pada item daya tampung kendaraan di tempat parkir. Hal ini menunjukkan bahwa Novotel Jakarta Gajah Mada perlu meningkatkan fasilitas tempat parkir mereka terutama pada kapasitas tampung kendaraan. Nilai mean terendah dari item-item variabel kepuasan tamu adalah 3,440 atau pada item memenuhi ekspektasi tamu. Hal ini menunjukkan bahwa tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada merasa puas namun masih dibawah expektasi mereka. Nilai mean terendah dari item-item variabel *revisit intention* adalah 3.370 atau pada item menetapkan sebagai hotel prioritas saat akan berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada akan kembali menginap di Novotel Jakarta Gajah Mada, namun dengan tingkat prioritas yang lebih rendah.

Berdasarkan tabel diatas, nilai-nilai standar deviasi untuk setiap item-item pada tiga variabel memiliki nilai lebih rendah daripada nilai mean, maka data dalam penelitian ini memiliki variasi data yang sedikit, sehingga nilai mean dapat diandalkan dan akurat sesuai dengan Sugiyono (2018).

3.6. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan untuk menguji apabila hipotesis dalam suatu penelitian diterima atau tidak. Pengukuran hipotesis dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melihat *t statistics* and *p value*. Untuk pengujian hipotesis ini menggunakan uji satu arah (*one-tail*) untuk melihat apakah ada pengaruh positif atau negatif antar variabel dengan taraf signifikansi 10%. Nilai t table untuk uji satu arah dengan taraf signifikansi 10% adalah 1,28 (Hair *et al.* 2014). Berikut adalah hipotesisnya menurut Ghozali (2016).

- Jika nilai probabilitas (P-Value) ≤ 0.10 (dengan taraf signifikansi 10%) atau nilai *t statistic* $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga adanya pengaruh antar variabel.
- Jika nilai probabilitas (P-Value) ≥ 0.10 (dengan taraf signifikansi 10%) dan nilai *t statistic* $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga tidak adanya pengaruh antar variabel.

Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis dengan *Bootstrapping*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Keterangan
Fasilitas → Kepuasan Tamu	0.846	0.851	0.034	24.712	0.000	Hipotesis Diterima
Fasilitas → <i>Revisit Intention</i>	0.538	0.568	0.135	3.985	0.000	Hipotesis Diterima
Kepuasan Tamu → <i>Revisit Intention</i>	0.314	0.287	0.143	2.193	0.015	Hipotesis Diterima

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

3.6.1 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu

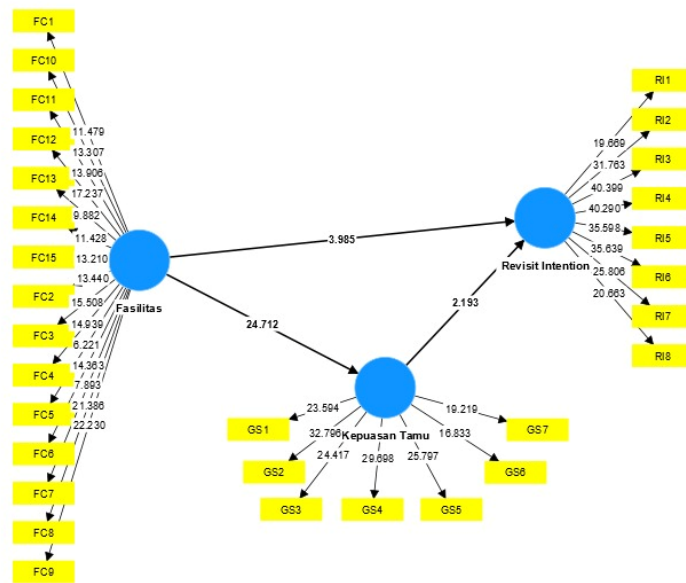
Pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu memiliki nilai *t statistics* yaitu positif 24,712 dimana angka tersebut lebih besar daripada 1,28 (t tabel). Selain itu untuk hasil dari *p-values* adalah 0,000 dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,10, maka sesuai dengan teori Ghozali (2016), H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, sehingga Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Maka dari itu, Novotel Jakarta Gajah Mada perlu memaksimalkan fasilitas mereka untuk mendapatkan kepuasan tamu yang maksimal. Hasil ini juga didukung dengan penelitian dari Huda *et al.* (2022), Nazlia (2017), dan Adawia *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh signifikan dan positif.

3.6.2 Pengaruh Kepuasan Tamu terhadap *Revisit Intention*

Pengaruh antara Kepuasan Tamu dengan *Revisit Intention* memiliki nilai *t statistics* sebesar positif 2,193 yang dimana angka tersebut lebih besar daripada t tabel yaitu 1,28 dan hasil dari *p-values* adalah 0,015 yang lebih kecil dari 0,10. Maka, maka sesuai dengan teori (Ghozali, 2016), H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga Kepuasan Tamu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Maka dari itu, semakin tamu merasa puas, maka semakin besar keinginan tamu untuk berkunjung Kembali. Hal ini juga didukung dengan penelitian Hanifah *et al.* (2022), Huda *et al.* (2022), dan Pranata *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *revisit intention*.

3.6.3 Pengaruh Kepuasan Tamu terhadap *Revisit Intention*

Lalu hipotesis kedua yaitu pengaruh antara Fasilitas terhadap *Revisit Intention* memiliki nilai *t statistics* sebesar positif 3,985 dimana angka tersebut lebih besar daripada 1,28 (t tabel) dan *p-values* memiliki angka 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai p lebih kecil dari 0,10. Maka, sesuai dengan teori Ghozali (2016), H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Maka dari itu, Novotel Jakarta Gajah Mada perlu memaksimalkan fasilitas yang dimiliki untuk memaksimalkan keinginan tamu untuk berkunjung Kembali. Hasil ini juga didukung dengan penelitian dari Huda *et al.* (2022) dan Hamdani & Kasmita (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *revisit intention*.



Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis dengan *Bootstrapping*
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

3.7. Uji Variabel Mediasi

Uji variabel mediasi berguna untuk melihat apakah variabel intervening Kepuasan Tamu berperan dalam memediasi antara variabel fasilitas dengan variabel *revisit intention*. Penelitian ini menggunakan analisis perhitungan nilai VAF (*Variance Accounted For*) untuk melakukan analisis mediasi. Berikut adalah nilai langsung dan tidak langsung dari model.

Tabel 12. Tabel *Direct and Indirect Effect*

	<i>Direct Effect</i>	<i>Indirect Effect</i>
Fasilitas → Revisit Intention	0,538	0,266
Total Effects		0,804

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Hasil perhitungan dengan aplikasi SmartPLS 4 didapatkan nilai *direct effect* sebesar 0,538 dan nilai *indirect effect* sebesar 0,266, sehingga didapatkan hasil total effect sebesar 0,804. Nilai-nilai tersebut dapat dimasukkan ke rumus VAF sebagai berikut;

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}}$$

$$VAF = \frac{0,266}{0,538 + 0,266}$$

$$VAF = 0,331$$

Perhitungan VAF dengan rumus dari Hair *et al.* (2013) didapatkan nilai VAF sebesar 0,331 atau 33,1%. Angka tersebut berada pada range 20%-80% maka dapat dikatakan bahwa variabel intervening kepuasan tamu memiliki peran mediasi parsial yang artinya variabel intervening kepuasan tamu dapat memediasi fasilitas terhadap *revisit intention*. Namun, tanpa adanya mediasi kepuasan tamu, fasilitas tetap memiliki pengaruh terhadap *revisit intention*.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah tamu-tamu yang berkunjung ke Novotel Jakarta Gajah Mada mayoritas adalah perempuan dengan rentang usia 25-44 tahun dengan mayoritas pekerjaan sebagai karyawan swasta. Selain itu, tamu-tamu Novotel Jakarta Gajah Mada mayoritas berdomisili DKI Jakarta dengan rentang pendapatan Rp.5.000.001,- hingga Rp.10.000.000,- dan mayoritas sudah berkunjung ke Novotel Jakarta Gajah Mada sebanyak 2-3 kali untuk tujuan liburan. Setelah dilakukan uji hipotesis, variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai $t_{24,712} > 1,28$ dan nilai $p_{0,000} < 0,100$. Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention* dengan nilai $t_{3,985} > 1,28$ dan nilai $p_{0,000} < 0,100$. Kepuasan tamu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* dengan nilai $t_{2,193} > 1,28$ dan nilai $p_{0,015} < 0,100$. Maka dari itu, Novotel Jakarta Gajah Mada perlu memaksimalkan fasilitas mereka untuk mendapatkan kepuasan tamu yang maksimal. Kepuasan tamu yang meningkat akan juga meningkatkan keinginan tamu untuk berkunjung kembali. Variabel mediasi kepuasan tamu dapat memediasi secara parsial antara fasilitas dengan variabel *revisit intention*. Tanpa adanya variabel kepuasan tamu sebagai variabel intervening, fasilitas tetap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

4.2 Implikasi/Batasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Peneliti hanya membahas mengenai pengaruh variabel fasilitas terhadap variabel *revisit intention* dengan kepuasan sebagai variabel Intervening, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi *revisit intention* serta kepuasan tamu. Selain itu, penelitian ini hanya mengumpulkan 100 responden dengan taraf signifikansi 10% sebagai sampel penelitian yang dapat dikatakan bukan sebagai kelompok sampel jumlah besar dikarenakan adanya keterbatasan waktu. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dengan taraf signifikansi yang lebih rendah.

5. REFERENSI

- Accor. (2019). *Novotel Jakarta Gajah Mada | Hotel bintang 4 di Gajah Mada - ALL*. <https://all.accor.com/hotel/7447/index.id.shtml>
- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Andalas, P. R., & Kartika, L. N. (2021). Experiential Marketing as a Means to Build Customer Loyalty in Traditional Concept Restaurants in Sleman Regency, Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, Business Faculty, Duta Wacana Christian University, Yogyakarta, Indonesia, February 2019*, 400–412. <http://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/view/2722>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Buwung, F., & Sudana, I. K. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Gria Renon Denpasar The Effect Of Facility And Location On

- Customer Satisfaction At Hotel Gria Renon Denpasar. *Arthaniti Studies*, 3(1), 50–54. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6395664>
- Chang, J. R., Chen, M. Y., Chen, L. S., & Tseng, S. C. (2019). Why Customers Don't Revisit in Tourism and Hospitality Industry? *IEEE Access*, 7, 146588–146606. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2946168>
- Cong, L. C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, 50–62. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.12.002>
- De Pelsmacker, P., van Tilburg, S., & Holthof, C. (2018). Digital marketing strategies, online reviews and hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.003>
- Ervina, E., Indra, D., & Taufiq, R. (2021). Critical Success Factors (CSFs) on virtual hotel operators in Bandung city. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012012>
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hamdani, F. A., & Kasmita, K. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Repurchase Intention di Objek Wisata Saparandaman Pool dan Café Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i1.43572>
- Hanifah, R. D., Rianty, R., Djati, S. P., Jakaria, J., & Agung, A. A. G. (2022). the Influence of Information Quality, Promotion, and Servicescape on Revisit Intention Mediated By Visitor Satisfaction During the New Normal Era of Covid-19 in Dunia Fantasi Jakarta. *International Journal of Social Science*, 2(3), 1651–1662. <https://doi.org/10.53625/ijss.v2i3.3627>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–206. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34405>
- Ilyas, G. B., & Mustafa, H. (2022). Price, Promotion, and Supporting Facilities on Customer

- Satisfaction. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 01–11. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v2i1.65>
- Jaya, G. W., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay'S Salon Dan Spa Di Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 462–469. <https://repo.undiksha.ac.id/6980/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Erlangga.
- Nazlia. (2017). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan*. 1–60.
- Pandey, A., Sahu, R., & Joshi, Y. (2022). Kano Model Application in the Tourism Industry: A Systematic Literature Review. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 23(1), 1–31. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1839995>
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas..... 3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Pranata, M. D., Hanjaya, S., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Atribut Boutique Hotel Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabelperantara Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(1), 50–62. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10097%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/viewFile/10097/9032>
- Putra, F. S. (2019). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Basko Hotel Padang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 11(1), 29. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss1/560>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Hospitality and Tourism Online Reviews: Recent Trends and Future Directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(5), 608–621. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.933154>
- Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2013). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas , melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–12.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta.
- Suprayitno, B., & Heng, H. (2021). Significance of the Hotel and Tourism Sector on Economic Development in Singapore. *Journal of Hospitality and Tourism*. <https://stratfordjournals.org/journals/index.php/Journal-of-Hospitality/article/view/846>
- Wijaksono, R. A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 344–353.
- Wirtz, J., & Zeithaml, V. (2018). Cost-effective service excellence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 59–80. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0560-7>