

PENGARUH E-TOURISM, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN KE HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON SEMINYAK BALI

I Kadek Okta Alisya Putra¹, I Gusti Bagus Rai Utama², Ni Putu Dyah Krismawintari³

19110101190@undhirabali.ac.id¹, raiutama@undhirabali.ac.id²,
krismawintari@undhirabali.ac.id³

Universitas Dhyana Pura

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh e-tourism secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di hotel Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 2) pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di hotel Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 3) pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di hotel Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 4) e-tourism, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan ke hotel Four Points By Sheraton Seminyak, Bali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 sampel, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) E-tourism berpengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih besar dari t-tabel atau $4,702 > 1,661$. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak nyata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel atau $1,644 < 1,661$. 3) Fasilitas berpengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih besar dari t-tabel atau $1,771 > 1,661$. 4) E-tourism, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh nyata secara simultan terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena F-hitung lebih besar dari F-tabel atau $30,429 > 2,70$.

Kata Kunci: E-Tourism, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine: 1) the partial influence of e-tourism on tourist satisfaction at the Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 2) the partial influence of service quality on tourist satisfaction at the Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 3) the partial influence of facilities on tourist satisfaction at the Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. 4) e-tourism, service quality, and facilities simultaneously influence tourist satisfaction at the Four Point By Sheraton Seminyak, Bali. The sample used in this study was 80 samples, the analysis technique used was multiple linear regression. The results of the study showed 1) E-tourism had a positive and significant partial effect on tourist satisfaction staying at the Four Points by Sheraton Bali, because the t-count was greater than the t-table or $4.702 > 1.661$. 2) Service quality has a positive and partially insignificant effect on tourist satisfaction staying at the Four Points by Sheraton Bali Hotel, because the t-count is smaller than the t-table or $1.644 < 1.661$. 3) Facilities have a positive and partially significant effect on tourist satisfaction staying at the Four Points by Sheraton Bali Hotel, because the t-count is greater than the t-table or $1.771 > 1.661$. 4) E-tourism, service quality and facilities have a simultaneous significant effect on tourist satisfaction staying at the Four Points by Sheraton Bali Hotel, because the F-count is greater than the F-table or $30.429 > 2.70$.

Keywords: E-Tourism, Service Quality, Facilities And Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena menarik

untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin survive harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Padahal hakikatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah tamahan dan keterampilan staff / karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler (2022) Mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Perkembangan jumlah hotel di bali yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di bali menjadi sangat ketat. Menurut ketua persatuan hotel dan restoran indonesia (PHRI), M. Sholeh dalam antara /FINROLL news mengatakan "Tingkat pertumbuhan hotel di Bali mencapai sekitar 15 persen setiap tahun, sedangkan kenaikan tingkat kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 7-8 persen per tahun," pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan suplai yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel. Hal ini memicu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel Four Point By Sheraton Seminyak, Bali untuk memperoleh konsumen sebanyak- banyaknya.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makan dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan sebagai sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel four points by sheraton seminyak dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas- kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Four Points by Sheraton merupakan sebuah merek hotel mid-market dari Starwood Hotels & Resorts. Four Points dibentuk oleh ITT Sheraton sebelum Starwood mengelola firma ini pada 1998. Starwood Hotels mempromosikan sebuah program di Four Points dengan menawarkan program seperti Best Brews dan Four Pies. Program ini (dan yang lainnya) dirancang untuk memberi pengalaman bagi tamu hotel daripada mendapat sebuah kamar hotel.

Di tengah perkembangan era digital seperti sekarang keputusan Menteri Pariwisata (Menpar) tentang digitalisasi pemasaran yang sangat tepat dan strategis. e-tourism merupakan wadah dimana pariwisata dapat dikenal secara luas dan oleh banyak orang, dikarenakan masyarakat bisa secara mudah mendapatkan informasi yang mereka inginkan tanpa harus datang langsung ke tempat tujuan. Semakin canggih teknologi semakin mudah pula informasi di dapatkan. Untuk e-tourism mencakup pemesanan kamar online/online travel agent dan aplikasi yang digunakan. Dengan dilakukannya pemesanan secara online dengan aplikasi maka hotel four points by sheraton seminyak agar semakin mudah masyarakat dapat mempersingkat waktu mereka dalam perjalanan wisata. Semakin singkat mereka dalam memesan sesuatu yang diinginkan, memungkinkan meningkatnya kunjungan wisatawan asing maupun lokal dalam berkunjung ke Indonesia khususnya ke hotel four point by sheraton Seminyak, Bali.

Kualitas pelayanan di hotel Four Point By Sheraton Seminyak, Bali berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada di hotel, meliputi 4 pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bellboy, room service, security, cleaning service, dan lain-lain.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu, expected service dan perceived service. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Seringkali juga kita dengan peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperang dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi faktor salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat

harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel four point by sheraton seminyak, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2022) persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di four point by sheraton seminyak.

Persepsi konsumen terhadap suatu jasa (customer perceptions of service) yang muncul dalam benak konsumen ketika mereka menerima suatu pelayanan jasa atau ketika mereka menilai kualitas dari suatu pelayanan jasa. Melalui persepsi ini konsumen akan menilai dan menyimpulkan apakah pelayanan jasa tersebut memuaskan atau tidak. Persepsi konsumen terhadap suatu jasa dapat diketahui melalui pelayanan jasa yang diterima atau yang disebut dengan *perceived service*.

Berdasarkan guest comment dari hotel four point sheraton seminyak kepada 10 orang tamu hotel Four Point By Sheraton Seminyak Balimaka diperoleh data, 6 orang tamu (60%) 1) merasa fasilitas kamar mandi dan 2) restoran yang kurang lengkap, 3) variasi makanan dan minuman yang kurang bervariasi, smoking area yang kurang banyak di restoran, atmosfer di restoran yang kurang nyaman, 4) lahan parkirnya yang kurang luas sehingga membuat tamu bingung dengan pembagian parkir yang untuk penghuni apartemen dan tamu hotel, penampilan karyawan di bagian Food and Beverage dan Front office dalam menangani tamu terlihat kurang ramah dan kurang peduli. sedangkan 4 orang (40%) merasa keramahmatan karyawan dalam menangani tamu hotel tergolong baik, kamar terlihat bersih dan nyaman, pelayanan saat keberangkatan yang cepat dan petugas keamanan yang dapat melayani tamu hotel dengan baik.

Pada hari biasa (weekday) jumlah kamar yang terisi lebih dari 50 % dan pada hari libur nasional dan akhir pekan (weekend) 100% kamar terisi. Untuk fasilitas Meeting Room pada bulan januari sampai maret, tempat ini jarang digunakan sedangkan di atas bulan maret sampai desember banyak digunakan untuk meeting karena biasanya kantor akan mengadakan rapat tahunan dan oleh karena itu, banyak perkantoran menggunakan fasilitas meeting room pada bulan-bulan ini.

Melihat gejala yang ada di hotel Four Point By Sheraton Seminyak Balimengenai masalah pelayanan dan fasilitas yang masih kurang terdapat kesenjangan antara harapan tamu terhadap pelayanan yang diterima dari hotel Four Point By Sheraton Seminyak Bali hal ini akan berpengaruh pada kepuasan tamu dalam hotel four point by sheraton seminyak. Penyediaan pelayanan yang baik, penting untuk kelangsungan hotel Four Point By Sheraton Seminyak Bali dan oleh karena adanya keragaman pendapat tamu tentang kualitas pelayanan tersebut akan mempengaruhi kepuasan tamu atas apa yang telah disediakan oleh pihak hotel yang akan diukur melalui dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul penelitian : “Pengaruh E-tourism, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan ke Hotel Four Points By Sheraton Seminyak, Bali”.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada hotel Four Points By Sheraton Seminyak yang terletak di jln. Petitenget jl. Cendrawasih no. 99, seminyak, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten

Badung, Bali. Thelephone: (0361) 8466966. Website: <https://four-points-by-sheraton-bali-seminyak.all-balihotels.net/en/>. Dengan obyek dari penelitian ini adalah Pengaruh E-tourism, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan ke Hotel Four Points By Sheraton Seminyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis atau pengaruh variabel bebas E-tourism (X1), kualitas pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) terhadap variabel terikat kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali (Y) dapat disampaikan penjelasan sebagai berikut:

E-tourism (X1) mempunyai pengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali. Ini berarti semakin baik E-tourism maka kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak, Bali akan meningkat. Jadi hipotesis, pertama yang menyatakan bahwa E-tourism berpengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali adalah terbukti. Sesuai sebuah publikasi yang dibuat World Tourism organization (dalam Novitasari Fitria, 2019, hal. 2) bahwa pengertian e-tourism adalah penggunaan teknologi untuk meningkatkan hubungan pariwisata, membantu perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata untuk meningkatkan proses bisnis, serta meningkatkan proses knowlodesharing dan menurut Buhalis (dalam Utomo Chandra, 2019, hal. 166) mengemukakan bahwa e-tourism mencerminkan digitalisasi semua proses dan rangkaian nilai dalam industri pariwisata, perjalanan, perhotelan dan catering, pada tingkat taktis, ini termasuk e-commerce dan diterapkannya TIK untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas kepariwisataan. Selaras dengan penelitian Ahmad Murtadho dan Muhammad Rifki Shihab meneliti tentang” Analisis Situs E-tourism Indonesia: Studi Terhadap Persebaran Geografis, Pengklasifikasian Situs Serta Pemanfaatan Fungsi Dan Fitur”. Penelitian ini mencermati bahwa Perkembangan e-commerce telah membawa perubahan terhadap strategi pemasaran pariwisata di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penggunaan e-commerce pada industri pariwisata dikenal dengan terminologi e-tourism.

Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan tidak nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali, semakin bagus kualitas pelayanan maka kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali menjadi lebih baik. Jadi hipotesis, kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali adalah tidak terbukti. Tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramli (2022) Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Travelodge Hotel Batam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden. Pernyataan diberikan dengan menggunakan kuesioner yang di distribusikan melalui teknik Random Sampling dan metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik,. Data yang terkumpul melalui kuesioner diolah dengan menggunakan aplikasi Program Statistical Product and ServiceSolution (SPSS) versi 20. Hasil pengujian yaitu (1). Variabel kuliatas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menginapdimana tingkat signifikannya adalah $0,000 < 0,05$, (2). Fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap dimana tingkat signifikannya adalah $0,822 > 0,05$, (3). Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap dimana tingkat signifikannya adalah $0,000 < 0,05$, (4). Kualitas

pelayanan, fasilitas, lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap dimana dimana tingkat signifikannya adalah $0,000 < 0,05$.

Fasilitas (X3) mempunyai pengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali. Jadi hipotesis, ketiga yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali adalah terbukti (diterima). Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Tan (2026) penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap tingkat kepuasan tamu pada departement front office di Idoop Hotel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden tamu yang menginap di Idoop Hotel. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling, instrumen penelitian menggunakan skala likert 5 point untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan tamu. Analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan berdasarkan uji F dengan nilai signifikansi F tabel 3,090. Uji asumsi klasik menunjukkan data memenuhi syarat normalitas, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung $6,193 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $< 0,001$. Variabel fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung $9,710 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $< 0,001$.

E-tourism, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh nyata secara simultan terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak Bali. Jadi hipotesis keempat yang menyatakan bahwa E-tourism, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh nyata secara simultan terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Seminyak, Bali adalah terbukti. Penelitian yang dilakukan oleh Tan (2026) pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap tingkat kepuasan tamu pada departement front office di Idoop Hotel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden tamu yang menginap di Idoop Hotel. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling, instrumen penelitian menggunakan skala likert 5 point untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan tamu. Analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan berdasarkan uji F dengan nilai signifikansi F tabel 3,090. Uji asumsi klasik menunjukkan data memenuhi syarat normalitas, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung $6,193 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $< 0,001$. Variabel fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dengan nilai t hitung $9,710 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $< 0,001$. Dan penelitian yang dilakukan oleh Jayadi (2022) Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas Kebun Raya Eka Karya Bali terhadap kepuasan wisatawan nusantara. Hasil penelitian menunjukkan uji delta koefisien determinasi pada menghasilkan R Square sebesar 0,709, artinya, 70,9% kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, dan fasilitas. Sedangkan 29,1% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Hal tersebut mengartikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah ditemukan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. E-tourism berpengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap pengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih besar dari t-tabel $4,702 > 1,661$.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak nyata secara parsial terhadap pengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel $1,644 < 1,661$.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap pengaruh terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena t-hitung lebih besar dari t-tabel $1,771 > 1,661$.
4. E-tourism, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh nyata secara simultan terhadap kepuasan wisatawan menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bali, karena F-hitung lebih besar dari F-tabel atau $30,429 > 2,70$.

Saran

Berdasarkan simpulan maka saran dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Pada variabel E-tourism bagi pengelola agar memperbaiki kelengkapan informasi yang tersedia di website atau platform digital hotel yang lengkap dan jelas karena dilihat dari nilai rata-rata sebesar 3,49.
2. Pengelola hotel agar melakukan perbaikan pada kualitas pelayanan dimana karyawan hotel lebih bersikap sopan dan dapat memberikan rasa aman kepada wisatawan karena dilihat dari nilai rata-rata sebesar 3,79.
3. Pengelola hotel untuk lebih banyak memperhatikan kelengkapan fasilitas hotel dalam kondisi yang lebih baik dan berfungsi dengan baik karena dilihat dari nilai rata-rata 3,53.
4. Pengelola hotel agar lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan untuk menjadi lebih meningkatkan tingkat kepuasan dari pada wisatawan karena dilihat dari nilai rata-rata 3,48.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1).
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism: From information communication technologies to eTourism and smart tourism. *Tourism Review*, 75(1), 267– 272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Fandy Tjiptono., (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayadi (2022) Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas Kebun Raya Eka Karya Bali terhadap kepuasan wisatawan nusantara. *Jurnal IPTA* 10 (2): 199DOI:10.24843/IPTA.2022.V10.i02.p02.
- Khoirrani (2023). E-Wom, Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Di Museum Macan. *Jurnal Human Capital development*. P-ISSN: 2089-4937. Journal homepage: <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>
- Kotler, (2022). *Marketing Management* edisi 15. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P (2021). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2021. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga. Page 2. 75.
- Munawir. 2018. Sistem informasi manajemen. Buku referensi. Kota banda aceh: KITA.
- Nur, Mutiara, and Dadan Ahmad Fadili. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta." Jurnal Pemasaran Kompetitif 5.1 (2021): 38-50.
- Ramli. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Travelodge Hotel Batam. *Tourism Scintific Journal*. E-ISSN:2541-1519 P-ISSN:2477-6912.
- Siboro (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Griya Hotel Medan. *Journal of Artifical Intelligence Digital Business*. ISSN:2963-9298. E-ISSN:2963-914X. Vol.4 No.3.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryosubroto, B. (2020). Manajemen pendidikan karakter di sekolah. Prenada Media Group.
- Tan, (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap tingkat kepuasan tamu pada departement front office di Idoop Hotel, *Journal Of Responsible Tourism*, Vol.5. No. 3. <https://stp-mataram.e-journal.id/JRtour>.
- Tjiptono, (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.38413/jma.v1i1.220>
- Wilson. (2019). "Manajemen Sumber Daya Manusia",. Erlangga, Jakarta.
- Wyckoff, Mark A. (2023). "Definition of placemaking: Four different types." *Planning & Zoning News* 32.