

PENGARUH PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP *RATING* SANGAT PUAS WISATAWAN HOTEL TJAMPUHAN & SPA, UBUD, GIANYAR, BALI DI *TRIPADVISOR*

Ni Kadek Meliani, I Ketut Arta Widana, Ida Ayu Kartika Maharani

Program Studi Industri Perjalanan, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Email: nikadekmeliani22@gmail.com

ABSTRACT

Hotel Tjampuhan & Spa is a historic accommodation in Ubud known for its combination of natural ambiance, Balinese tradition, and historical value. This study aims to analyze the influence of service and facilities on the probability of tourists giving a very satisfied rating based on TripAdvisor reviews. The research applies a quantitative approach using binary logistic regression analysis. The service variable (X_1) was measured through service ratings, while the facilities variable (X_2) was calculated from the average ratings of cleanliness, room quality, and value. The dependent variable was the very satisfied rating derived from the overall rating category. The findings reveal that service does not significantly influence the probability of tourists giving a very satisfied rating because it is considered a basic expectation by guests. In contrast, facilities have a significant and more dominant influence, particularly aspects related to cleanliness, room comfort, and value for money. Simultaneously, service and facilities significantly influence tourist satisfaction. Interviews with hotel management also indicated that environmental and cultural aspects, such as the natural atmosphere, proximity to Pura Gunung Lebah, and the natural spring “air klebutan,” support guest experience and customer loyalty. However, these aspects were only used as supporting data and were not included as variables in the regression analysis model.

Keywords: Service, facilities, binary logistic regression, TripAdvisor, very satisfied rating.

1. PENDAHULUAN

Di era *digital*, penilaian bintang lima pada *platform* ulasan daring berfungsi sebagai indikator krusial bagi reputasi hotel dan preferensi wisatawan dalam memesan akomodasi. Skor tertinggi ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan berhasil melampaui ekspektasi para wisatawan (Putra & Faisal, 2025). Akibatnya, akumulasi ulasan yang sangat memuaskan

ini akan memperkuat citra positif hotel sekaligus mendongkrak keunggulan kompetitifnya di industri pasar yang ketat (Ariansyah et al., 2025).

Hotel Tjampuhan & Spa merupakan salah satu hotel bersejarah di Ubud yang memperoleh *rating* keseluruhan 4,2/5 di *TripAdvisor*. Meskipun tergolong baik, masih terdapat variasi penilaian pada aspek pelayanan, kebersihan, kualitas kamar, dan *value*. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak seluruh wisatawan memberikan *rating* sangat puas, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan dalam memberikan penilaian tertinggi tersebut (Tripadvisor, 2026).

Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa aspek fasilitas dan pelayanan memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Baitanu et al., 2025; Dedy & Alfandi, 2022; Jaya et al., 2023). Kendati demikian, mayoritas literatur tersebut masih menitikberatkan pada evaluasi kepuasan makro (secara umum) dengan mengandalkan data konvensional hasil kuesioner. Sejauh ini, kajian yang secara spesifik mengkaji probabilitas wisatawan dalam memberikan penilaian sempurna (*rating* 5) menggunakan basis data ulasan *digital* masih sangat langka. Celah riset (*research gap*) inilah yang menjadi landasan utama dilakukannya penelitian ini.

Berdasarkan pada teori kepuasan konsumen, tingkat kepuasan yang superior akan tercapai apabila pengalaman menginap berhasil menyamai atau bahkan melewati ekspektasi yang dimiliki wisatawan (Putra & Faisal, 2025). Atas dasar tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dimensi pelayanan dan fasilitas baik secara parsial maupun simultan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas (*rating* 5) di Hotel Tjampuhan & Spa melalui pemanfaatan data *TripAdvisor*. Hasil dari kajian ini diproyeksikan dapat menjadi rujukan strategis bagi manajemen akomodasi dalam memetakan elemen-elemen kunci yang paling efektif menstimulasi ulasan dengan *rating* positif yang optimal. Berdasarkan landasan teoritis tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1) H₁. Pelayanan (X₁) berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas di Hotel Tjampuhan & Spa
- 2) H₂. Fasilitas (X₂) berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas di Hotel Tjampuhan & Spa
- 3) H₃. Pelayanan (X₁) dan fasilitas (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas di Hotel Tjampuhan & Spa

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis bagaimana pelayanan dan fasilitas memengaruhi probabilitas wisatawan dalam memberikan *rating* sangat puas di Hotel Tjampuhan & Spa. Analisis didasarkan pada data sekunder yang bersumber dari *platform TripAdvisor*. Selain itu, data primer hasil wawancara dengan manajemen hotel juga dilibatkan untuk memperkuat interpretasi hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan ulasan wisatawan mengenai Hotel Tjampuhan & Spa di *platform TripAdvisor* dari tahun 2023 sampai Februari 2026. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) wajib memuat indikator penilaian secara lengkap (*service, cleanliness, room, value, dan overall rating*), serta (2) pemberi ulasan minimal telah memberikan satu kontribusi (*contribution*) di *TripAdvisor*.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik dokumentasi *rating* di *TripAdvisor* serta wawancara bersama manajemen hotel sebagai data pendukung. Dalam penelitian ini, variabel pelayanan (X_1) direpresentasikan oleh *rating service*. Sementara itu, variabel fasilitas (X_2) dinilai dari hasil rata-rata *rating room, cleanliness, dan value*. Untuk variabel dependen (Y), direpresentasikan oleh *overall rating*, fokusnya adalah tingkat kepuasan yang dikategorikan secara dikotomis, yaitu *rating 5* untuk kategori "sangat puas" dan *rating selain 5* untuk kategori "selain sangat puas".

Instrumen penelitian berupa lembar dokumentasi untuk pencatatan data *rating* dan wawancara untuk memperoleh informasi pendukung mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Data yang diperoleh dianalisis dengan statistik deskriptif dan regresi logistik biner. Model regresi ini diterapkan untuk menguji pengaruh pelayanan dan fasilitas baik secara parsial maupun simultan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Evaluasi model dilakukan melalui *Omnibus Test of Model Coefficients*, uji parsial tiap variabel independen, serta interpretasi nilai *odds ratio* untuk mengukur besarnya peluang tersebut. Akhirnya, hasil analisis kuantitatif diperdalam dengan data wawancara untuk mendukung pembahasan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Sebelum melakukan analisis regresi logistik biner, terlebih dahulu dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi pada setiap variabel penelitian.

Tabel 1.**Tabel Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁	89	1.00	5.00	4.5281	1.16826
X ₂	89	1.00	5.00	4.3146	1.09217
Y	89	.00	1.00	.6629	.47539
Valid N (listwise)	89				

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai rata-rata 4,52 (SD = 1,16), sedangkan variabel fasilitas memiliki nilai rata-rata 4,31 (SD = 1,09). Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan secara umum memberikan penilaian positif terhadap pelayanan dan fasilitas Hotel Tjampuhan & Spa. Sementara itu, variabel *rating* sangat puas memiliki rata-rata 0,66 (SD = 0,47), yang menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Analisis lebih lanjut juga menunjukkan bahwa wisatawan dengan jumlah kontribusi yang lebih rendah cenderung memberikan *rating* sangat puas lebih tinggi dibandingkan wisatawan yang lebih aktif, mengindikasikan adanya faktor lain di luar pelayanan dan fasilitas yang berpotensi memengaruhi penilaian wisatawan.

B. Uji Kelayakan Model

Kelayakan model regresi logistik biner terlebih dahulu diuji menggunakan Hosmer and Lemeshow Test untuk menilai kesesuaian antara hasil prediksi model dengan data empiris. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa model memiliki *goodness of fit* yang baik. Dengan kata lain, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai yang diprediksi model dan data aktual, sehingga model dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, hasil *Omnibus Test of Model Coefficients* menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengonfirmasi bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian, yaitu pelayanan dan fasilitas, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen berupa probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa model yang dibangun tidak hanya memenuhi kriteria kelayakan, tetapi juga memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan hubungan antara pelayanan, fasilitas, dan kecenderungan wisatawan untuk memberikan *rating* sangat puas. Dengan demikian, model regresi logistik biner yang digunakan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis dan interpretasi pengaruh masing-masing variabel penelitian.

C. Hasil Regresi

Pengujian hipotesis dalam analisis regresi logistik biner didasarkan pada empat parameter utama, yaitu koefisien regresi (B), nilai Wald, tingkat signifikansi (*Sig.*), serta *odds ratio* ($\text{Exp}(B)$). Nilai-nilai yang diperoleh dari parameter tersebut yang kemudian menjadi acuan untuk menentukan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

Tabel 2.

Ringkasan Hasil Analisis Regresi Logistik Biner

Hipotesis	H ₁ : Pelayanan (X ₁) berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan rating sangat puas	H ₂ : Fasilitas (X ₂) berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan rating sangat puas	H ₃ : Pelayanan (X ₁) dan Fasilitas (X ₂) secara simultan berpengaruh terhadap probabilitas wisatawan memberikan rating sangat puas
Variabel Bebas	Pelayanan (X ₁)	Fasilitas (X ₂)	X ₁ & X ₂
Variabel Terikat	<i>Rating</i> sangat puas	<i>Rating</i> sangat puas	<i>Rating</i> sangat puas
B (Koefisien)	15.429	4.057	-
Std. Error	3772.125	1.149	-
Wald Statistic	0.000	12.457	-
Sig	0.997	<.001	<.001
Exp(B)/ Odds Ratio	5022161.262	57.597	-
Keputusan	Ditolak	Diterima	Diterima
Keterangan	Tidak berpengaruh signifikan	Berpengaruh signifikan	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, variabel pelayanan (X₁) menghasilkan nilai koefisien (B) sebesar 15,429 dengan tingkat signifikansi 0,997. Oleh karena nilai signifikansi berada di atas 0,05, maka hipotesis pertama (H₁) ditolak. Variabel fasilitas (X₂) mencatatkan nilai koefisien (B) sebesar 4,057 dengan signifikansi di bawah 0,001 (< 0,05), yang mengonfirmasi bahwa hipotesis kedua (H₂) diterima. Selanjutnya, pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X₁) dan fasilitas (X₂) secara bersama-sama memiliki nilai signifikansi di bawah 0,001 (<0,05). Hasil ini mengonfirmasi diterimanya hipotesis ketiga (H₃), yang mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut secara kolektif berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap probabilitas kepuasan wisatawan, sedangkan variabel pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara mandiri. Meskipun demikian, kedua variabel

tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap model yang digunakan dalam menjelaskan kepuasan wisatawan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Pelayanan Terhadap *Rating* Sangat Puas

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan di Hotel Tjampuhan & Spa tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan telah berada pada tingkat standar yang relatif konsisten dan mampu memenuhi ekspektasi dasar wisatawan. Di sisi lain, pihak manajemen hotel menegaskan komitmen mereka dalam menjaga mutu pelayanan melalui program pelatihan staf secara berkala, pemantauan ulasan wisatawan, serta pemberian penghargaan bagi karyawan yang mendapat umpan balik positif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Eka & Putri (2019; Pradini & Padila (2022) yang menyatakan bahwa pelayanan yang telah memenuhi standar cenderung dipersepsikan sebagai kebutuhan dasar (*basic requirement*), sehingga pengaruhnya terhadap kepuasan menjadi terbatas. Selain itu, Chang & Lin (2022) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan di industri perhotelan tidak hanya dipengaruhi oleh pelayanan, tetapi juga oleh pengalaman emosional, suasana, dan atmosfer hotel. Oleh karena itu, pelayanan pada Hotel Tjampuhan & Spa dapat dipandang sebagai *maintenance factor* yang berfungsi menjaga kepuasan wisatawan, namun bukan faktor utama yang mendorong wisatawan memberikan *rating* sangat puas.

2) Pengaruh fasilitas Terhadap *Rating* Sangat Puas

Hasil analisis regresi logistik biner menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas akan meningkatkan peluang wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kenyamanan kamar, kebersihan, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima (*value for money*) menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan wisatawan pada tingkat tertinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Aulia et al., (2024) yang menyatakan bahwa kualitas fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Fasilitas yang nyaman, lengkap, dan berkualitas mampu meningkatkan persepsi positif wisatawan terhadap pengalaman menginap mereka. Wawancara dengan pihak manajemen juga mengungkapkan bahwa Hotel Tjampuhan & Spa memiliki keunggulan berupa suasana alam yang asri, arsitektur bernuansa tradisional, pemandangan Sungai Oos, kedekatan dengan Pura Gunung Lebah, serta

keberadaan mata air alami “air klebutan”. Meskipun aspek-aspek tersebut tidak dimasukkan ke dalam model regresi, keberadaannya berfungsi sebagai data pendukung yang membantu menjelaskan pengalaman positif wisatawan selama menginap.

Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga berperan dalam menciptakan pengalaman menginap yang nyaman dan berkesan. Oleh karena itu, kualitas fasilitas dapat dianggap sebagai faktor utama yang mendorong wisatawan memberikan *rating* sangat puas pada Hotel Tjampuhan & Spa.

3) Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap *Rating* Sangat Puas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas pada Hotel Tjampuhan & Spa. Hasil *Omnibus Test of Model Coefficients* menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,001 ($<0,05$), sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berkontribusi dalam mendorong wisatawan memberikan rating tertinggi, meskipun secara parsial hanya fasilitas yang terbukti berpengaruh signifikan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Alana & Putro (2020) yang menemukan bahwa pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengukur kepuasan secara umum, penelitian ini berfokus pada probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas sebagai representasi tingkat kepuasan tertinggi. Wawancara dengan pihak manajemen juga menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan didukung oleh berbagai aspek, seperti suasana alam tepi Sungai Oos, desain bangunan bernuansa tradisional, kedekatan dengan Pura Gunung Lebah, serta keberadaan mata air alami “air klebutan”. Selain itu, adanya kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut menunjukkan tingkat loyalitas wisatawan yang cukup tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas sama-sama berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan, namun dengan peran yang berbeda. Pelayanan berfungsi sebagai faktor dasar yang menjaga kualitas pengalaman menginap, sedangkan fasilitas menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong wisatawan memberikan *rating* sangat puas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas pada Hotel Tjampuhan & Spa. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan cenderung dipersepsikan sebagai standar dasar yang diharapkan wisatawan selama menginap. Sebaliknya, variabel

fasilitas berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Aspek kebersihan, kualitas kamar, dan *value for money* terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong wisatawan memberikan penilaian tertinggi.

Secara simultan, pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap probabilitas wisatawan memberikan *rating* sangat puas. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan terbentuk melalui kombinasi berbagai aspek pengalaman menginap, meskipun fasilitas memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan pelayanan. Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa faktor lingkungan dan budaya, seperti suasana alam, nilai historis, kedekatan dengan Pura Gunung Lebah, dan keberadaan mata air alami “air klebutan”, turut mendukung pengalaman wisatawan. Namun, faktor-faktor tersebut hanya digunakan sebagai data pendukung dan tidak dianalisis dalam model regresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. 180–194. <https://journal.sticken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Ariansyah, K., Wahyu, J., Prawiro, H., & Sanjaya, R. D. (2025). *Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Wisatawan dalam Memilih Hotel*. 2, 1–8.
- Aulia, S. S. D., Manurung, T. M. S., & Rainanto, B. H. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di D ' kandang Amazing Farm*. 5(2), 47–54. <https://doi.org/10.374/jipkes.v6i1.2755>
- Baitanu, F., Sihite, H. Y., Rahayu, I., Junianda, A., Studi, P., Perhotelan, P., Cakrawala, B., Bintan, K., Riau, I., & Kuliner, S. (2025). *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Konsumen yang Menginap di Natuna Dive Resort, Kepulauan Riau*. 4(2), 158–165. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i2.5838>
- Chang, T.-Y., & Lin, Y.-C. (2022). *The Effects of Atmosphere on Perceived Values and Customer Satisfaction toward the Theme Hotel : The Moderating Role of Green Practice Perception*.
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan pelnaggan di Sari Ater Hot Spring Resort Ciater*. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Eka, D., & Putri, Y. H. (2019). *Pengaruh Tingkat Pelayanan , Citra Kampus , Dan Kepuasan Terhadap Motivasi Mahasiswa : Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 17(2), 12.

- Jaya, I. K. A., Wiyasha, I. B. M., & Wardana, M. A. (2023). The Effect of Service Quality and Price Perception on Guest Satisfaction at The Trans Resort Bali. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 02(2), 502–519. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Pradini, G., & Padila. (2022). Kajian Kualitas Pelayanan Produk Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).
- Putra, A. M., & Faisal, A. (2025). *Anteseden Dari Positive Word Of Mouth Pada Destinasi*. 8(1).
- Tripadvisor. (2026). *Hotel Tjampuhan & Spa*. https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g297701-d309357-Reviews-Hotel_Tjampuhan_Spa-Ubud_Gianyar_Regency_Bali.html