

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP MINAT MENGINAP KEMBALI WISATAWAN DI PADMA HOTEL LEGIAN

Yosep Geri Johermo, I Gusti Bagus Rai Utama, Raden Agus Sarwa Edy

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Pariwisata,
Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Corresponding author: 22110111035@undhirabali.ac.id, raiutama@undhirabali.ac.id,
agussarwaedy@undhirabali.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of service quality, facilities, and activities on tourists' revisit intention at Padma Hotel Legian. The study employed a quantitative explanatory approach. Data were collected through questionnaires from 91 tourists who had previously stayed or were staying at Padma Hotel Legian, using accidental sampling. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, partial and multiple correlation, coefficient of determination, t-test, and F-test. The results show that service quality has a positive and significant effect on revisit intention ($B = 0.462$; $t = 5.065$; $sig. = 0.000$). Facilities also have a positive and significant effect ($B = 0.191$; $t = 3.152$; $sig. = 0.002$), while activities have a positive and significant effect ($B = 0.202$; $t = 2.509$; $sig. = 0.014$). Simultaneously, service quality, facilities, and activities significantly affect revisit intention ($F = 66.265$; $sig. = 0.000$), with $R = 0.834$ and $R^2 = 0.696$. The findings indicate that service quality is the strongest predictor in the model, followed by activities and facilities. The study recommends strengthening service reliability, improving technology-oriented facilities, and enhancing the quality and delivery of guest activities to encourage repeat stays.

Keywords: Service Quality, Facilities, Activities, Revisit Intention, Padma Hotel Legian.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas secara parsial maupun simultan terhadap minat menginap kembali wisatawan di Padma Hotel Legian. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada 91 wisatawan yang pernah atau sedang menginap di Padma Hotel Legian dengan teknik accidental sampling. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, korelasi parsial dan berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap kembali ($B = 0,462$; $t = 5,065$; $sig. = 0,000$). Fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0,191$; $t = 3,152$; $sig. = 0,002$), demikian pula aktivitas ($B = 0,202$; $t = 2,509$; $sig. = 0,014$). Secara simultan, kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas berpengaruh signifikan terhadap

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

minat menginap kembali ($F = 66,265$; $\text{sig.} = 0,000$), dengan $R = 0,834$ dan $R^2 = 0,696$. Temuan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan prediktor paling kuat dalam model, diikuti aktivitas dan fasilitas. Penelitian merekomendasikan peningkatan keandalan pelayanan, pengembangan fasilitas berbasis teknologi, serta peningkatan kualitas dan penyelenggaraan aktivitas tamu untuk mendorong kunjungan menginap kembali.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Aktivitas, Minat Menginap Kembali, Padma Hotel Legian.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta menghasilkan devisa negara. Dalam perkembangannya, industri pariwisata tidak hanya mencakup kegiatan perjalanan wisatawan, tetapi juga berbagai jasa pendukung, termasuk akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, serta layanan rekreasi. Perkembangan tersebut membuat persaingan antarpemedia jasa pariwisata dan perhotelan semakin tinggi sehingga setiap hotel perlu menciptakan pengalaman menginap yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan (OECD, 2024).

Bali merupakan salah satu destinasi wisata utama Indonesia dengan daya tarik alam, budaya, tradisi, serta keramah-tamahan masyarakat. Peningkatan kunjungan wisatawan memberikan peluang bagi industri akomodasi, tetapi pada saat yang sama meningkatkan tuntutan terhadap kualitas pengalaman wisatawan. Dalam kondisi persaingan tersebut, mempertahankan pelanggan menjadi penting karena loyalitas wisatawan dapat tercermin melalui keinginan untuk kembali menggunakan hotel yang sama dan kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2025; Rahmiati et al., 2024).

Minat menginap kembali atau revisit intention merupakan kecenderungan wisatawan untuk kembali menggunakan jasa akomodasi yang sama setelah memperoleh pengalaman sebelumnya. Perilaku tersebut berkaitan dengan evaluasi konsumen terhadap nilai, kepuasan, kualitas pelayanan, kenyamanan, serta pengalaman yang diperoleh selama menginap. Dalam perspektif perilaku pascapembelian, niat menggunakan kembali jasa dan memberikan rekomendasi merupakan bentuk behavioral intentions yang menunjukkan hubungan pelanggan dengan penyedia jasa (Kotler and Keller, 2021; Zeithaml et al., 2018).

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam pembentukan pengalaman wisatawan. Tjiptono dan Chandra (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan layanan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Pelayanan yang andal, cepat tanggap, memberikan jaminan, menunjukkan empati, dan didukung bukti fisik yang baik dapat membentuk persepsi positif serta mendorong keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali jasa hotel.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas menjadi bagian penting dari pengalaman menginap. Fasilitas kamar, kolam renang, restoran, pusat kebugaran, spa, fasilitas keluarga, fasilitas teknologi, serta berbagai sarana pendukung memberikan nilai fungsional sekaligus kenyamanan kepada tamu. Penelitian Widyastuti dan Nurcahya (2020) serta Pranata dan Suardana (2021) menunjukkan bahwa fasilitas berhubungan positif dengan minat kunjungan atau menginap kembali. Dengan demikian, kelengkapan, kondisi, kebersihan, keamanan, aksesibilitas, desain, dan dukungan teknologi merupakan aspek yang perlu diperhatikan oleh hotel.

Aktivitas hotel juga menjadi bagian dari pengalaman wisatawan. Aktivitas seperti yoga, kegiatan olahraga, kelas memasak, kegiatan keluarga, program budaya, dan rekreasi dapat

memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan sekadar menggunakan kamar dan fasilitas dasar. Albayrak, Caber dan Öz (2017) menempatkan kualitas aktivitas rekreasi sebagai bagian dari kualitas pengalaman layanan hotel, sedangkan Dewi dan Prabowo (2020) menekankan pentingnya pengalaman yang unik dalam membentuk minat kunjungan kembali.

Padma Hotel Legian merupakan hotel berbintang lima yang berlokasi di kawasan Legian, Bali. Hotel ini mulai beroperasi pada 15 September 1990 dan diresmikan pada 3 Maret 1991. Perkembangan hotel menunjukkan transformasi dari hotel dengan fasilitas sederhana menjadi resort tepi pantai dengan lebih dari 437 kamar, fasilitas rekreasi, kolam renang, taman tropis, dan berbagai fasilitas pendukung. Hotel juga menyediakan berbagai tipe rooms and suites, fasilitas kebugaran dan wellness, tennis court, Wolly Kids Club dan Games Centre, family facilities, Kitchen Garden, Club Lounge, Guest Services, Departure Lounge, shopping facilities, dining facilities, serta fasilitas pendukung lainnya.

Karakteristik fasilitas tersebut menjadikan Padma Hotel Legian memiliki sumber daya yang kuat untuk menciptakan pengalaman menginap yang lengkap. Namun, kelengkapan fasilitas belum otomatis menjamin wisatawan akan memilih kembali hotel yang sama. Wisatawan dapat membandingkan kualitas pelayanan, kondisi fasilitas, aktivitas yang tersedia, serta pengalaman keseluruhan dengan hotel lain. Oleh karena itu, pengujian empiris diperlukan untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap minat menginap kembali.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas telah banyak dikaji dalam hubungannya dengan kepuasan dan loyalitas. Beberapa penelitian juga menemukan bahwa pengalaman dan aktivitas berhubungan dengan niat kunjungan kembali. Akan tetapi, penelitian yang menguji kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas secara bersamaan sebagai prediktor langsung minat menginap kembali, khususnya pada hotel berbintang lima di Bali, masih relatif terbatas. Celah tersebut menjadi dasar penelitian ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas terhadap minat menginap kembali wisatawan di Padma Hotel Legian, baik secara parsial maupun simultan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen dalam menentukan prioritas perbaikan layanan, fasilitas, dan aktivitas. Secara akademis, penelitian diharapkan memperkuat kajian mengenai perilaku konsumen dan loyalitas wisatawan pada industri perhotelan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain kausal untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan aktivitas (X3) terhadap minat menginap kembali (Y). Lokasi penelitian adalah Padma Hotel Legian, hotel berbintang lima di kawasan Legian, Kabupaten Badung, Bali. Objek penelitian adalah wisatawan yang pernah atau sedang menginap di Padma Hotel Legian.

Populasi penelitian merupakan wisatawan yang menjadi tamu hotel, sedangkan sampel penelitian berjumlah 91 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kemudahan ditemui dan kesesuaiannya dengan kriteria penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju.

Variabel minat menginap kembali (Y) diukur melalui lima indikator, yaitu keinginan menginap kembali, kesediaan merekomendasikan, preferensi terhadap hotel yang sama, kepuasan menginap, dan kepercayaan terhadap kualitas hotel. Kualitas pelayanan (X1) diukur melalui reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Fasilitas (X2) diukur melalui kelengkapan fasilitas, kondisi dan pemeliharaan, desain dan estetika, kemudahan akses, kebersihan, keamanan, dan fasilitas teknologi. Aktivitas (X3) diukur melalui variasi aktivitas, kualitas aktivitas, unsur budaya lokal, aksesibilitas aktivitas, kepuasan terhadap aktivitas, serta pengaruh aktivitas terhadap citra hotel.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS. Tahap analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis korelasi parsial dan berganda, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Uji validitas menggunakan kriteria koefisien korelasi lebih besar dari 0,30, sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Uji asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Model regresi yang digunakan adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen secara simultan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden penelitian berjumlah 91 wisatawan yang pernah atau sedang menginap di Padma Hotel Legian. Karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir menunjukkan profil sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	17-20 tahun	10	11,0
	20-30 tahun	45	49,5
	30-40 tahun	23	25,3
	>40 tahun	13	14,3
Jenis kelamin	Laki-laki	54	59,3
	Perempuan	37	40,7
Pendidikan	SMA/SMK	35	38,5
	Diploma	13	14,3
	S1 (Sarjana)	40	44,0
	S2 (Magister)	2	2,2
	Lainnya	1	1,1

Responden didominasi kelompok usia 20-30 tahun sebanyak 45 orang (49,5%). Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 54 orang (59,3%), sedangkan perempuan 37 orang (40,7%). Berdasarkan pendidikan terakhir, kelompok terbesar adalah lulusan S1 sebanyak 40 orang (44,0%), diikuti SMA/SMK sebanyak 35 orang (38,5%). Profil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif dan memiliki tingkat pendidikan relatif tinggi.

Tabel 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel/Indikator	Rata-rata	Kategori
Minat Menginap Kembali	3,87	Baik
Keinginan Menginap Kembali	3,81	Baik

Variabel/Indikator	Rata-rata	Kategori
Kesediaan Merekomendasikan	4,00	Baik
Preferensi terhadap Hotel	3,70	Baik
Kepuasan Menginap	3,95	Baik
Kepercayaan terhadap Kualitas Hotel	3,91	Baik
Kualitas Pelayanan	3,88	Baik
Reliability	3,76	Baik
Responsiveness	3,88	Baik
Assurance	3,90	Baik
Empathy	3,81	Baik
Tangibles	4,04	Baik
Fasilitas	3,79	Baik
Kelengkapan Fasilitas	3,97	Baik
Kondisi dan Pemeliharaan	3,76	Baik
Desain dan Estetika	3,89	Baik
Kemudahan Akses Fasilitas	3,82	Baik
Kebersihan Fasilitas	3,71	Baik
Keamanan Fasilitas	3,74	Baik
Fasilitas Teknologi	3,65	Baik
Aktivitas	3,81	Baik
Variasi Aktivitas	3,88	Baik
Kualitas Aktivitas	3,75	Baik
Unsur Budaya Lokal	3,82	Baik
Aksesibilitas Aktivitas	3,80	Baik
Kepuasan terhadap Aktivitas	3,81	Baik
Pengaruh Aktivitas terhadap Citra Hotel	3,79	Baik

Secara deskriptif, seluruh variabel berada dalam kategori baik. Minat menginap kembali memperoleh rata-rata 3,87, dengan nilai tertinggi pada kesediaan merekomendasikan sebesar 4,00 dan terendah pada preferensi terhadap hotel sebesar 3,70. Kualitas pelayanan memperoleh rata-rata 3,88; indikator tangibles memiliki nilai tertinggi 4,04, sedangkan reliability terendah 3,76. Fasilitas memperoleh rata-rata 3,79, dengan kelengkapan fasilitas tertinggi 3,97 dan fasilitas teknologi terendah 3,65. Aktivitas memperoleh rata-rata 3,81, dengan variasi aktivitas tertinggi 3,88 dan kualitas aktivitas terendah 3,75.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rentang koefisien validitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Menginap Kembali	0,828-0,881	0,910	Valid dan reliabel
Kualitas Pelayanan	0,782-0,888	0,882	Valid dan reliabel
Fasilitas	0,804-0,880	0,935	Valid dan reliabel
Aktivitas	0,816-0,886	0,924	Valid dan reliabel

Seluruh indikator memiliki koefisien korelasi di atas 0,30 sehingga dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha setiap variabel juga lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Indikator	Hasil	Keputusan
Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Normal
Multikolinearitas	Kualitas pelayanan: Tolerance/VIF	0,488 / 2,051	Tidak terjadi
	Fasilitas: Tolerance/VIF	0,449 / 2,225	Tidak terjadi
	Aktivitas: Tolerance/VIF	0,408 / 2,451	Tidak terjadi
Heteroskedastisitas	Kualitas pelayanan	0,557	Tidak terjadi
	Fasilitas	0,211	Tidak terjadi
	Aktivitas	0,372	Tidak terjadi

Uji normalitas menghasilkan Asymp. Sig. sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05, sehingga residual berdistribusi normal. Seluruh nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, sehingga tidak ditemukan multikolinearitas. Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,557; 0,211; dan 0,372, seluruhnya di atas 0,05, sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model memenuhi asumsi dasar untuk analisis regresi.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	r Parsial	B	Beta	t hitung	Sig.
Kualitas pelayanan (X1)	0,477	0,462	0,429	5,065	0,000
Fasilitas (X2)	0,320	0,191	0,278	3,152	0,002
Aktivitas (X3)	0,260	0,202	0,232	2,509	0,014

Konstanta = 0,710. Persamaan regresi: $Y = 0,710 + 0,462X_1 + 0,191X_2 + 0,202X_3$. $R = 0,834$; $R^2 = 0,696$; Adjusted $R^2 = 0,685$; F hitung = 66,265; Sig. F = 0,000; t tabel = 1,666; F tabel = 2,71.

Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,462 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan diperkirakan meningkatkan minat menginap kembali sebesar 0,462 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai t hitung 5,065 lebih besar dari t tabel 1,666 dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang semakin andal, responsif, memberikan rasa aman, empati, dan didukung bukti fisik yang baik akan memperkuat kecenderungan wisatawan untuk kembali menginap. Hasil ini sejalan dengan Pranata dan Rustam (2021) serta Manyangara, Makanyeza

dan Muranda (2023) yang menunjukkan hubungan positif kualitas pelayanan dengan niat kunjungan kembali.

Fasilitas memiliki koefisien regresi 0,191. Nilai t hitung sebesar 3,152 lebih besar dari 1,666 dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Artinya, semakin baik fasilitas yang dirasakan wisatawan, semakin tinggi minat mereka untuk kembali menginap. Kelengkapan fasilitas merupakan indikator dengan rata-rata tertinggi, sedangkan fasilitas teknologi memiliki rata-rata terendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa aspek fisik dan teknologi perlu dipelihara secara bersamaan. Hasil penelitian mendukung Widyastuti dan Nurcahya (2020) serta Pranata dan Suardana (2021) yang menemukan peran fasilitas dalam membentuk minat kunjungan atau menginap kembali.

Aktivitas memiliki koefisien regresi 0,202. Nilai t hitung 2,509 lebih besar dari 1,666 dan signifikansi $0,014 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Aktivitas yang bervariasi, berkualitas, mudah diakses, mengandung unsur lokal, dan mampu memberikan kepuasan dapat memperkaya pengalaman wisatawan. Variasi aktivitas memperoleh nilai rata-rata tertinggi, sedangkan kualitas aktivitas memperoleh nilai terendah. Oleh karena itu, pengembangan aktivitas tidak cukup hanya menambah jumlah program, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas pelaksanaan, kompetensi instruktur atau pemandu, dan fasilitas pendukung. Temuan ini sejalan dengan Sudiarta, Wirawan dkk. (2022) dan kajian Albayrak, Caber dan Öz (2017).

Secara simultan, kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas menghasilkan F hitung 66,265, lebih besar daripada F tabel 2,71, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. H_4 diterima. Nilai R sebesar 0,834 menunjukkan hubungan simultan yang sangat kuat antara ketiga variabel independen dengan minat menginap kembali. Nilai R^2 sebesar 0,696 menunjukkan bahwa 69,6% variasi minat menginap kembali dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas, sedangkan 30,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Hasil ini memperkuat argumentasi bahwa revisit intention merupakan hasil evaluasi pengalaman yang bersifat multidimensional, bukan hanya akibat satu aspek layanan.

Jika dibandingkan berdasarkan koefisien regresi, kualitas pelayanan merupakan variabel dengan pengaruh terbesar (0,462), diikuti aktivitas (0,202) dan fasilitas (0,191). Dengan demikian, prioritas manajemen sebaiknya dimulai dari konsistensi kualitas pelayanan, terutama reliability yang memiliki rata-rata 3,76. Pada saat yang sama, fasilitas teknologi dengan rata-rata 3,65 dan kualitas aktivitas dengan rata-rata 3,75 perlu memperoleh perhatian khusus. Strategi tersebut dapat diarahkan untuk menciptakan pengalaman yang konsisten, nyaman, aman, mudah, dan berkesan sehingga wisatawan tidak hanya puas, tetapi juga menjadikan Padma Hotel Legian sebagai pilihan utama pada kunjungan berikutnya.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap kembali wisatawan di Padma Hotel Legian. Koefisien regresi sebesar 0,462, t hitung 5,065, dan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan minat menginap kembali.

Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap kembali. Koefisien regresi sebesar 0,191, t hitung 3,152, dan signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa fasilitas yang semakin lengkap, nyaman, terawat, aman, mudah diakses, dan didukung teknologi dapat memperkuat keinginan wisatawan untuk kembali.

Aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap kembali. Koefisien regresi sebesar 0,202, t hitung 2,509, dan signifikansi 0,014 menunjukkan bahwa aktivitas yang menarik dan berkualitas mampu memperkaya pengalaman menginap.

Kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap kembali. F hitung sebesar 66,265 dengan signifikansi 0,000 serta R^2

sebesar 0,696 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 69,6% variasi minat menginap kembali. Kualitas pelayanan menjadi variabel dengan pengaruh relatif terbesar dalam model.

IMPLIKASI DAN SARAN

Manajemen Padma Hotel Legian perlu mempertahankan keunggulan tangibles sekaligus meningkatkan reliability. Pengawasan terhadap konsistensi pelayanan, kecepatan penanganan permintaan dan keluhan, serta pelatihan karyawan perlu dilakukan secara berkelanjutan.

Fasilitas teknologi menjadi aspek dengan nilai rata-rata terendah pada variabel fasilitas. Karena itu, peningkatan kualitas dan kecepatan Wi-Fi, sistem hiburan, media komunikasi, dan teknologi yang mendukung kenyamanan tamu perlu dipertimbangkan sebagai bagian dari peningkatan pengalaman menginap.

Kualitas aktivitas perlu diperkuat melalui penggunaan tenaga yang kompeten, fasilitas pendukung yang memadai, jadwal yang mudah diakses, serta integrasi unsur budaya dan pengalaman lokal Bali. Pengembangan aktivitas sebaiknya berorientasi pada kualitas pengalaman, bukan hanya jumlah program.

Preferensi terhadap hotel merupakan indikator minat menginap kembali dengan nilai terendah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, dan aktivitas perlu diarahkan untuk membangun diferensiasi yang membuat wisatawan lebih memilih Padma Hotel Legian dibandingkan hotel lain di kawasan yang sama.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah dan karakteristik responden serta menambahkan variabel lain seperti customer satisfaction atau destination image sebagai variabel intervening sehingga penjelasan terhadap minat menginap kembali dapat menjadi lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dhyana Pura, khususnya Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Pariwisata, serta dosen pembimbing yang telah memberikan arahan selama penyusunan skripsi dan konversinya menjadi artikel ilmiah. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak Padma Hotel Legian dan seluruh responden yang telah mendukung proses pengumpulan data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Albayrak, T., Caber, M. and Öz, E.K. (2017) 'Assessing recreational activities' service quality in hotels: An examination of animation and spa & wellness services', *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(2), pp. 218-234. doi:10.1080/1528008X.2016.1208550.
- Amarawati, N.M., Pitanatri, P.D.S. and Pratiwi, N.M.W. (2025) 'Perubahan perilaku wisatawan domestik dalam memilih hotel berbintang pasca pandemi', *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(1), pp. 45-62.
- Au-Yong, C.P., Hoh, P.K. and Amos, D. (2024) 'Enhancing the maintenance practice to improve guests' satisfaction in the hotels industry', *Built Environment Journal*, 21(1), pp. 18-29. doi:10.24191/bej.v21i1.477.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2025) *Provinsi Bali dalam Angka 2025*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Baquero, A. (2023) 'Is customer satisfaction achieved only with good hotel facilities? A moderated mediation model', *Administrative Sciences*, 13(4), Article 108. doi:10.3390/admsci13040108.
- Dewi, L.G.K. and Prabowo, H. (2020) 'Analisis pengaruh experiential marketing terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan konsumen', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), pp. 89-105.

- Dewi, N. and Sudiarta, I.N. (2021) 'Pengalaman menginap dan minat berkunjung kembali wisatawan di hotel berbintang di Bali', *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(2), pp. 67-82.
- Fajrin, A.R., Wijayanto, G. and Kornita, S.E. (2021) 'Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar', *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), pp. 40-47. doi:10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406.
- Febrianty, P.A.T., Yanthi, N.P.D., Pitaloka, N.N.D. and Rahayu, N.M.D. (2024) 'Meningkatkan aktivitas revisit intention melalui brand image, service quality, dan customer satisfaction (Studi pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort 2024)', *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(2), pp. 35-50.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keni, K., Teoh, W.M.Y. and Muthuveloo, R. (2020) 'The impact of corporate reputation and service quality on customer loyalty in the hotel industry in Indonesia', *International Journal of Tourism Research*, 22(4), pp. 438-450.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2021) *Marketing Management*. 16th edn. Harlow: Pearson Education.
- Kurniawan, R. and Hanifah, R.D. (2023) 'Pengaruh fasilitas terhadap revisit intention dengan kepuasan tamu sebagai variabel intervening (Studi kasus: Novotel Jakarta Gajah Mada)', *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), pp. 131-146.
- Liliani, D., Nugroho, A. and Kaihatu, T.S. (2025) 'Pengaruh perceived value terhadap revisit intention dengan customer satisfaction dan customer trust sebagai variabel mediasi pada restoran hotel bintang 5 di Surabaya', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(4), pp. 2049-2061.
- Manyangara, T., Makanyeza, C. and Muranda, Z. (2023) 'The effect of service quality on revisit intention: The mediating role of destination image', *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 11(2), pp. 234-251.
- OECD (2024) *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. Paris: OECD Publishing. doi:10.1787/80885d8b-en.
- Pranata, A. and Rustam (2021) 'Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menginap kembali'.
- Pranata, A. and Suardana (2021) 'Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Nusa Dua Beach Hotel & Spa'.
- Rahmiati, et al. (2024) 'Guest experience, customer satisfaction and hotel customer loyalty'.
- Sachlany, and Sudrajat (2025) 'Pengaruh fasilitas terhadap minat menginap kembali'.
- Sudiarta, I.N., Wirawan, P.E. et al. (2022) 'Pengaruh aktivitas terhadap minat menginap kembali'.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2020) *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Widyastuti, and Nurcahya (2020) 'Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan minat menginap kembali di The Anvaya Beach Hotel Bali'.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. et al. (2018) *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.