

Fasilitas Hotel sebagai Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan di Hotel Vertu Harmoni Jakarta

[Abigail Barus](#)^{1*}, [Agista Puja N](#)², [Aura Ayunisa S](#)³, [Dona Sumbara](#)⁴, [Istar Nur A](#)⁵, [Reyhan Athalla F](#)⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, Indonesia

*Email : aurinisa2004@gmail.com

Diterbitkan oleh Akademi Pariwisata NHI Bandung

Info Artikel

Diterima :

Diperbaiki :

Disetujui :

ABSTRAK

Industri perhotelan di Jakarta menghadapi persaingan ketat pasca-pemulihan pariwisata, menuntut hotel untuk tidak hanya sekadar menyediakan tempat menginap, tetapi juga pengalaman yang memuaskan melalui fasilitas yang lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelengkapan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Vertu Harmoni Jakarta, sebuah hotel bintang empat. Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, data dikumpulkan dari 250 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, dan korelasi Rank Spearman dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan fasilitas memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,436 (moderat). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas fisik seperti kamar dan area umum dinilai sangat baik, peningkatan pada aspek pemeliharaan fasilitas tetap diperlukan untuk menjamin loyalitas jangka panjang.

Kata Kunci: Kelengkapan Fasilitas, Loyalitas Pelanggan, Hotel Bintang Empat, Hotel Vertu Harmoni

ABSTRACT

The hospitality industry in Jakarta faces intense competition in the wake of tourism recovery, requiring hotels to not only provide accommodation, but also a satisfying experience through comprehensive facilities. This study aims to analyze the effect of facility completeness on customer loyalty at Hotel Vertu Harmoni Jakarta, a four-star hotel. Using a quantitative method with an associative approach, data were collected from 250 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was performed using validity and reliability tests, descriptive analysis, and Spearman's rank correlation with the help of SPSS version 25. The results of the study indicate that the completeness of facilities has a positive and significant relationship with customer loyalty with a correlation coefficient value of 0.436 (moderate). These findings indicate that even though physical facilities such as rooms and public areas are rated very good, improvements in facility maintenance are still needed to ensure long-term loyalty.

Keywords: Complete Facilities, Customer Loyalty, Four-Star Hotel, Vertu Harmoni Hotel

Pendahuluan

Perkembangan bisnis perhotelan dan pariwisata di Indonesia menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 8,66% pada Desember 2021. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, hotel berlomba memberikan layanan terbaik, salah satunya melalui penyediaan fasilitas yang lengkap dan berkualitas. Fasilitas yang memadai tidak hanya menunjang kenyamanan, tetapi juga membentuk pengalaman positif yang berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hotel Vertu Harmoni Jakarta, sebagai hotel bintang 4 yang berdiri sejak 2017, memiliki 240 kamar dan berbagai fasilitas seperti ruang pertemuan, restoran, pusat kebugaran, dan kolam renang. Namun, meskipun berstatus bintang empat, terdapat tantangan dalam memastikan fasilitas sesuai ekspektasi pelanggan. Berdasarkan data awal, terdapat keluhan tamu mengenai fasilitas kamar seperti AC yang kurang dingin, lift tamu yang lambat, hingga lantai kamar mandi yang licin. Keluhan ini mengindikasikan adanya kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan terhadap hotel bintang empat dengan kondisi aktual fasilitas di lapangan.

Fenomena ini diperkuat dengan data penurunan jumlah pengunjung Hotel Vertu Harmoni yang signifikan pada periode Januari hingga Maret 2025, dari 10.080 pengunjung di bulan Januari menjadi 3.611 di bulan Maret. Penurunan ini menjadi sinyal peringatan bagi manajemen bahwa aspek kualitas dan pemeliharaan fasilitas perlu mendapat perhatian serius. Jika tidak ditangani, hal ini dapat menurunkan kepuasan yang pada akhirnya mengganggu loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa kualitas fasilitas yang buruk dapat mendorong pelanggan beralih ke pesaing. Sebaliknya, fasilitas yang lengkap berkontribusi signifikan terhadap nilai yang dirasakan pelanggan (Nadeak & Yudhira, 2022). Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kuantitatif pengaruh kelengkapan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Vertu Harmoni Jakarta, guna memberikan landasan strategi bagi manajemen dalam mempertahankan okupansi.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur dan mengeksplorasi pengaruh variabel independen, yaitu Kelengkapan Fasilitas (X), terhadap variabel dependen, yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Jenis penelitian ini bersifat eksplanatori karena bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Vertu Harmoni Jakarta pada periode Januari 2025 hingga Maret 2025, dengan total populasi sebanyak 23.404 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden berusia minimal 20 tahun dan telah menginap lebih dari satu kali. Berdasarkan perhitungan rumus sampel untuk populasi besar, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 250 responden.

Instrumen dan Teknik Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju). Variabel Fasilitas (X) diukur melalui indikator kelengkapan fasilitas, desain interior, dan desain eksterior. Variabel Loyalitas (Y) diukur melalui indikator pembelian ulang (repeat purchase), rekomendasi (referral), kesediaan membayar lebih (willingness to pay more), dan ketahanan beralih (switching resistance). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 32 responden awal sebelum penyebaran penuh. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item valid dengan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0,349). Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,865 untuk variabel fasilitas dan 0,880 untuk variabel loyalitas, yang berarti instrumen sangat reliabel. Analisis data utama menggunakan statistik deskriptif dan uji Korelasi Rank Spearman menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 250 orang yang merupakan tamu Hotel Vertu Harmoni Jakarta dalam periode Januari–Maret 2025. Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 26–30 tahun (63,6%), sedangkan sisanya berada pada rentang usia 20–25 tahun (36,4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok usia produktif yang memiliki mobilitas tinggi serta kecenderungan melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis maupun rekreasi.

Dari sisi domisili, sebagian besar responden berasal dari wilayah Jabodetabek (78,4%), sementara 21,6% berasal dari luar Jabodetabek. Temuan ini mengindikasikan bahwa Hotel Vertu Harmoni Jakarta tidak hanya melayani tamu luar kota, tetapi juga menjadi pilihan akomodasi bagi masyarakat sekitar untuk keperluan staycation, bisnis, maupun kegiatan MICE.

Berdasarkan tujuan menginap, responden terbanyak menginap untuk keperluan liburan (31,2%), diikuti oleh perjalanan bisnis (25,2%), seminar/meeting (23,2%), dan acara keluarga (20,4%). Variasi tujuan ini menunjukkan bahwa fasilitas hotel memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan tamu yang beragam, baik untuk aktivitas kerja, rekreasi, maupun sosial.

2. Gambaran Kelengkapan Fasilitas Hotel

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kelengkapan fasilitas hotel memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,43, yang termasuk dalam kategori sangat kuat (rentang 4,20–5,00). Hal ini menandakan bahwa secara umum responden menilai fasilitas yang disediakan Hotel Vertu Harmoni Jakarta sudah lengkap dan memadai.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada fasilitas kamar, dengan nilai rata-rata sebesar 4,49. Fasilitas seperti AC, televisi, Wi-Fi, perlengkapan mandi, dan kenyamanan tempat tidur dinilai telah berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Skor tinggi pada indikator ini menunjukkan bahwa fasilitas kamar merupakan elemen utama yang paling dirasakan manfaatnya oleh pelanggan.

Selain fasilitas kamar, fasilitas umum seperti lobby, kolam renang, restoran, dan area parkir juga memperoleh nilai rata-rata tinggi (di atas 4,40). Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas penunjang turut memberikan kontribusi positif

terhadap pengalaman menginap tamu. Namun demikian, meskipun nilai rata-rata tergolong sangat kuat, masih terdapat beberapa keluhan terkait pemeliharaan fasilitas tertentu, seperti lift dan pendingin ruangan, yang perlu mendapatkan perhatian manajemen.

3. Gambaran Loyalitas Pelanggan

Variabel loyalitas pelanggan memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,45, yang juga termasuk dalam kategori sangat kuat. Indikator loyalitas dengan skor tertinggi adalah ketidakminatan berpindah (*switching resistance*), khususnya pada pernyataan “Saya tetap memilih hotel ini meskipun ada hotel lain dengan harga lebih murah,” dengan nilai rata-rata 4,45.

Selain itu, indikator repeat purchase menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,44, yang mengindikasikan bahwa pelanggan memiliki kecenderungan tinggi untuk melakukan kunjungan ulang. Indikator *willingness to pay more* juga memperoleh skor tinggi, yang mencerminkan bahwa pelanggan bersedia membayar lebih karena percaya pada kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan oleh Hotel Vertu Harmoni Jakarta.

Tingginya nilai loyalitas ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi juga memiliki ikatan emosional dan kepercayaan terhadap hotel, yang menjadi dasar terbentuknya loyalitas jangka panjang.

4. Analisis Korelasi Rank Spearman

Untuk mengetahui hubungan antara kelengkapan fasilitas dan loyalitas pelanggan, digunakan uji korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,436 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$).

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,436 termasuk dalam kategori sedang (*moderat*) berdasarkan interpretasi Guilford. Artinya, terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan secara statistik antara kelengkapan fasilitas dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Pembahasan

1. Kelengkapan Fasilitas di Hotel Vertu Harmoni Jakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan fasilitas memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif. Fasilitas kamar sebagai elemen inti layanan hotel menjadi faktor dominan yang memengaruhi persepsi pelanggan. Temuan ini sejalan dengan konsep *servicescape*, yang menyatakan bahwa lingkungan fisik dan fasilitas berperan dalam membentuk persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Fasilitas yang lengkap dan berfungsi dengan baik memberikan rasa nyaman, aman, dan praktis bagi tamu, sehingga mampu meningkatkan nilai pengalaman menginap. Hal ini sejalan dengan penelitian Prasetyo dan Susanti (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas fisik hotel merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas hotel.

2. Loyalitas Pelanggan di Hotel Vertu Harmoni Jakarta

Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini tercermin dari niat kunjungan ulang, kesediaan merekomendasikan hotel, serta resistensi terhadap hotel pesaing. Tingginya skor pada indikator *switching resistance* menunjukkan bahwa pelanggan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Hotel Vertu Harmoni Jakarta.

Menurut Sari dan Yulianto (2021), loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan sesaat, tetapi juga oleh konsistensi kualitas layanan dan fasilitas yang diterima pelanggan dari waktu ke waktu. Dengan demikian, loyalitas yang terbentuk pada pelanggan Hotel Vertu Harmoni mencerminkan keberhasilan hotel dalam menjaga standar kualitas fasilitas dan layanan secara berkelanjutan.

3. Pengaruh Kelengkapan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa kelengkapan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin lengkap dan berkualitas fasilitas yang disediakan hotel, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Meskipun tingkat hubungan berada pada kategori sedang, temuan ini tetap memiliki implikasi manajerial yang penting.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliana dan Hidayat (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas hotel berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui peningkatan kenyamanan dan kepercayaan. Dalam konteks Hotel Vertu Harmoni Jakarta, kelengkapan fasilitas berfungsi sebagai faktor pendukung utama yang memperkuat niat pelanggan untuk kembali menginap dan merekomendasikan hotel kepada pihak lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kelengkapan fasilitas di Hotel Vertu Harmoni memperoleh skor rata-rata tertinggi pada indikator "Fasilitas kamar lengkap dan nyaman digunakan" yaitu sebesar 4.48 dan termasuk dalam kategori sangat kuat (4.21–5.00). Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang disediakan oleh hotel, seperti kamar tidur, peralatan mandi, jaringan Wi-Fi, dan fasilitas pendukung lainnya telah berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas fasilitas yang lengkap dan memadai berperan penting dalam memberikan pengalaman menginap yang menyenangkan dan berkesan.
2. Loyalitas pelanggan di Hotel Vertu Harmoni juga menunjukkan skor rata-rata yang tinggi, khususnya pada indikator Repeat Purchase dengan nilai rata-rata sebesar 4.44 dan kategori sangat kuat. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan merasa puas dan berpotensi besar untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan hotel kepada orang lain.
3. Berdasarkan uji korelasi Spearman, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.436 dengan signifikansi 0.000, yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara kelengkapan fasilitas dengan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kelengkapan fasilitas berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan, baik melalui kenyamanan fisik, kemudahan akses, maupun persepsi terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa manajemen hotel perlu secara konsisten menjaga dan meningkatkan kualitas serta kelengkapan fasilitas agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Hubungan ini bersifat linier dan kuat secara statistik, meskipun tidak sangat kuat secara praktis, namun cukup untuk menunjukkan adanya keterkaitan yang perlu diperhatikan secara manajerial.

Referensi

- Akbarezky, & Santoso. (2019). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di industri perhotelan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 271.
- Alimbekov, D. (2021). Dampak kualitas layanan hotel terhadap loyalitas pelanggan di industri perhotelan. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 29(3), 567–582.
- Andi, Y., Rahayu, D., & Yulius. (2019). Pleasure hotel bintang 4 di Pontianak. *Jurnal Arsitektur Untan*, 7(1), 15–22.
- Annishia, & Prastiyo. (2019). Peran fasilitas dalam meningkatkan kenyamanan tamu hotel. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 22–23.
- Binsar, F., Pangaribuan, H., & Ali, H. (2018). Customer loyalty and satisfaction in the service industry: An empirical study. *International Journal of Business and Management*, 5(2), 112–127.
- Deffie, R. (2023). Fasilitas dan kepuasan pelanggan di industri perhotelan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 12(3), 111–120.
- Djojo, T., & Ali, H. (2012). Building brand loyalty through customer satisfaction and trust: A case study in hospitality industry. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 87–103.
- Eka, P. M., & Firdaus. (2023). Penerapan desain hotel dan fasilitas untuk kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 10(4), 200–210.
- Erica, M., & Rasyid, R. (2018). The impact of customer satisfaction on brand loyalty: A case study in retail business. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 55–67.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2020). Loyalitas pelanggan: Cara memperolehnya dan mempertahankannya. Jossey-Bass.
- Gunartik, & Nainggolan. (2019). Hubungan fasilitas hotel dengan loyalitas pelanggan. *Jurnal Industri Pariwisata*, 31.
- Heruwasto, I. (2014). Kajian pengukuran kepuasan pelanggan: Konsep, metode, dan cara perhitungan dalam paradigma expectancy disconfirmation theory.
- Iqbal, M. (2019). Perancangan hotel bintang 4 (empat) dengan pendekatan arsitektur tropis di kota Makassar. *Fasade: Jurnal Ilmiah Arsitektur*, 1(2), 10–20.
- Kartimin, I. W. (2024). Manajemen perhotelan (A. A. G. Wijaya, Ed.). Infes Media.
- Kim, J., & Lee, J. (2018). Hubungan antara fasilitas hotel dan kepuasan pelanggan: Analisis perbandingan hotel mewah dan hotel budget. *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan*, 74, 15–24.
- Kotler, P., & Hayes, T., & Bloom, P. (2018). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Limbang, M., & Juniwati, A. (2018). Hotel bintang 4 di Surabaya. *eDimensi Arsitektur*, 6(2), 90–101.
- Mohaidin, M. (2017). Strategi pemasaran perhotelan. Universitas XYZ Press.
- Park, D. H., Kim, Y. J., & Lee, Y. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri perhotelan. *Manajemen Pariwisata*, 59, 18–27.

- Prasetyo, A., & Susanti, L. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan hotel. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 45–53.
- Rahmadi, D. (2021). Peran fasilitas dalam peningkatan kepuasan pelanggan hotel. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 8(2), 45–56.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Pengaruh kualitas layanan makanan dan minuman terhadap loyalitas pelanggan di hotel layanan penuh. *Jurnal Manajemen Perhotelan Internasional*, 29(3), 387–395.
- Santoso, & Nadapdap. (2019). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kelengkapan fasilitas di hotel berbintang. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 140.
- Sari, D. P., & Yulianto, R. (2021). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 123–132.
- Setyadi, H. (2017). The role of perceived value in customer loyalty: A study in the retail sector. *International Journal of Business Research*, 15(4), 221–238.
- Soekadijo, S. (2020). Dimensi fasilitas dalam industri perhotelan. *Jurnal Adek Jonar*, 11(2), 55–66.
- Sugiyanto, A. (2019). Pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 30–40.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategic marketing: Concepts and applications*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Publisher.
- Wibowo, A., Mulyadi, L., & Winarni, S. (2018). City hotel bintang 4 di Kota Malang tema arsitektur kontemporer. *Pengilon: Jurnal Arsitektur*, 2(1), 55–65.
- Yuliana, D., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh kualitas fasilitas dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan hotel. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 11(1), 33–41.