

Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai *Tri Hita Karana* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Sanctoo Suites & Villas

I Nyoman Adi Swardika⁽¹⁾

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
e-mail: adiswardika1@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Tri Hita Karana and service quality on guest satisfaction. This research was conducted at Sanctoo Suites & Villas located in Sukawati District, Gianyar Regency. The population in this study is 6,820 people in 2022 with a sample of 99 people using the Slovin Formula using the accidental sampling method. Data collection was carried out using observation, interviews, documentation, literature, and questionnaires as measured by a Likert scale with five answer choices. The instrument test was carried out by testing the validity and reliability. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the partial significance test show that Tri Hita Karana has a positive and significant effect on guest satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction.

Kata Kunci : *Tri Hita Karana; Service Quality; Guest Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh *Tri Hita Karana* dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan tamu. Penelitian ini dilakukan di Sanctoo Suites & Villas yang berlokasi di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 6.820 orang pada tahun 2022 dengan sample sebanyak 99 orang menggunakan Rumus Slovin dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan, dan kuesioner yang diukur dengan skala likert lima pilihan jawaban. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil uji signifikansi parsial menunjukkan *Tri Hita Karana* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan tamu, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan tamu.

Kata Kunci : *Tri Hita Karana; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Tamu*

Pendahuluan

Bali ialah salah satu tempat pariwisata yang amat digemari, di mana industri pariwisata terus berkembang pesat dan menjadi sektor unggulan Bali. Sejalan dengan itu, fasilitas yang menunjang kemajuan industri pariwisata di Bali terus meningkat, terlihat dari banyaknya hotel bintang lima dengan standar internasional, villa, dan hotel kelas yang tersebar luas di berbagai daerah Bali. Sehingga tantangan terbesar dalam industri pariwisata di era global ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu pendorong utama bisnis jangka panjang dan keterlibatan pelanggan (Kotler dan Amstrong 2018:39). Menurut Yuliana (2018), Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti meningkatnya efisiensi serta produktivitas dan meningkatnya reputasi perusahaan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Perusahaan harus memperhitungkan hal ini, karena pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus mencari cara untuk mengurangi jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian (Utari, 2019). Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan pada hotel tersebut serta faktor lain yang dapat menggiring kepuasan pelanggan. Pada dasarnya, pentingnya strategi kepuasan pelanggan akan memaksa pesaing untuk bekerja keras dan membebankan biaya tinggi dalam upaya mereka untuk memenangkan pelanggan dari penyedia layanan (Sumarsid dan Paryanti 2022).

Tri Hita Karana atau selanjutnya disingkat THK adalah rangkaian hubungan yang serasi antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan lingkungannya, manusia dengan sesama manusia supaya dapat melestarikan budaya dan hubungan dengan ketiga aspek dalam kehidupan ini (Suhardita, dkk. 2020). Pada dasarnya hakikat ajaran THK menurut Yhani dan Supastri (2020) THK merupakan sikap hidup yang menyeimbangkan antara beribadah kepada Tuhan dan melayani sesama, mengembangkan welas asih terhadap sesama dan mengembangkan welas asih terhadap lingkungan alam. Menjalankan kehidupan yang baik dan harmonis, aktif, produktif di muka bumi memerlukan landasan filosofis yang kokoh. Jika filosofi THK menjadi kebiasaan dalam kehidupan setiap orang, maka tidak ada hal negatif yang akan terjadi dalam mengejar keharmonisan dan kehidupan yang bahagia. Konsep penerapan ini berupa mengimplementasikan nilai – nilai THK. Konsep dan Filosofi THK merupakan filosofi kehidupan masyarakat Bali yang paling mendasar, sangat perlu diinternalisasikan dalam dunia pariwisata. Tujuannya adalah untuk mencapai keharmonisan dan keberlanjutan antara semua subsistem pariwisata. Penerapan konsep THK pada lingkungan hotel juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Manuaba, 2022).

Menurut Arianto dan Patilaya (2018:83) Kualitas layanan dapat dipahami sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan dan respon tepat waktu dari harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan jenis penilaian tamu terhadap tingkat layanan yang diterima dan tingkat layanan yang diharapkan (Kotler, 2019). Ketika layanan yang didapat atau pengalaman memenuhi harapan, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan perusahaan, baik yang baru memulai bisnis maupun yang sudah lama mendalami bisnis. Kualitas Pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa

yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan isu penting bagi perusahaan karena menentukan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik dan sesuai (Mulyapradana, 2018).

Salah satunya hotel di Bali yang telah menerapkan konsep THK adalah Sanctoo Suites & Villas yang beralamatkan di Jalan Ulun Suwi 2 Singapadu, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Sanctoo Suites & Villas memiliki daya tarik tersendiri karena lokasinya tepat sekali berada ditengah tengah Bali Zoo, lebih tepatnya berada di sebelah timur Kampung Sumatra yang berada di belakang Bali Zoo yang merupakan salah satu kebun binatang di Bali.

Beberapa implementasi THK di Sanctoo Suites & Villas dapat dilihat dari penerapan yang telah dilaksanakan oleh pegawai Sanctoo Suites & Villas seperti, melaksanakan persembahyangan bersama dengan karyawan Sanctoo Suites & Villas setiap purnama dan tilem di pura dalam hotel yaitu Pura Taman. Area Pura Taman di dalam hotel diberikan tempat khusus agar tetap terjaga kesuciannya. Sanctoo Suites & Villas melaksanakan tirtha yatra pada hari raya suci seperti hari raya suci saraswati, galungan dan kuningan ke Pura Melanting sebagai bentuk rasa syukur dan terimakasih, selain itu Sanctoo Suites & Villas menerapkan budaya 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) dan pada saat ulang tahun Sanctoo Suites & Villas melaksanakan kegiatan kemanusiaan dan aksi peduli alam liar sebagai wujud implementasi pawongan dan palemahan. Berikut manajemen The Sanctoo Suites & Villas diganjar dengan *Emerlad Awards* dalam ajang *penilaian Tri Hita Karana Tourism Awards & Accreditation (THK Awards)* yang diselenggarakan oleh Yayasan *Tri Hita Karana* Bali (lintasbali.com, 2019).

Penerapan THK menjadi salah satu hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu/pelanggan yang menginap di Sanctoo Suites & Villas. Kepuasan dan ketidakpuasan tamu yang menginap di Sanctoo Suites & Villas adalah pengalaman pelanggan atas produk atau layanan yang diterima selama mereka menginap. Pengunjung mungkin cenderung membentuk nilai harapan tertentu berdasarkan pengalaman mereka. Nilai yang diharapkan memengaruhi tamu untuk membandingkan hotel lain dengan pesaing menggunakan konsep THK.

Tabel 1. Data Tamu Sanctoo Suites & Villas 2020-2022

No	Tahun	Jumlah Tamu/Tahun (Orang/Pax)	Pertumbuhan (%)
1	2019	8.309	-
2	2020	7.348	(11,6%)
3	2021	13.347	81,6 %
4	2022	6.820	(49%)

Sumber : HRD Sanctoo Suites & Villas, 2022

Dapat dilihat data tamu pada Sanctoo Suites & Villas tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 11,6% dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan pada tahun 2020 merupakan tahun

terjadinya pandemi yaitu covid-19 yang berdampak pada Sanctoo Suites & Villas, dan pada tahun 2021 Sanctoo Suites & Villas mengalami peningkatan sebesar 81,6% yaitu dari 7.348 menjadi 13.347 tamu. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan terbesar yaitu 49% atau 6.527 tamu dari tahun 2021. Dari hasil wawancara kepada pihak pengelola Hotel menyatakan, “Pada tahun 2021 Sanctoo Suites & Villas mengalami peningkatan hanya domestik karena penerbangan belum stabil jika *overseas*, selain itu harga Sanctoo Suites & Villas mengalami penurunan harga hingga merosot dibawah *rate* standar, dan pada tahun 2022 Sancto Suites & Villas mengalami penurunan karena harga perlahan mulai naik dan *overseas* mulai masuk namun tidak sebanyak tamu domestik”.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 21 Januari 2023 dengan 10 pelanggan di hotel Sanctoo Suites & Villas menyatakan “saya memilih hotel Sanctoo Suites & Villas karena hotel tersebut hotel bintang lima dan mengimplementasikan konsep THK, namun saat bermalam di Sanctoo Suites & Villas, hotel tersebut kurang maksimal dalam menerapkan nilai – nilai THK seperti fasilitas dan lingkungan pada villa tidak sesuai dengan yang tertulis, dan pelayanan yang kurang baik”. Adapun beberapa *review* ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan pada Sanctoo Suites & Villas Review, dari username Abi-000000 yang dibuat pada Agustus 2022 dan username (Marizza I) yang dibuat pada September tahun 2022 lalu, menyatakan ketidak puasannya terhadap Sanctoo Suites & Villas atas penanganan pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Sedangkan review dari username Deepak1962 yang dibuat pada Desember 2022 dan username Ribka Wijaya yang dibuat pada Desember 2022 lalu, menyatakan ketidak puasannya terhadap pelayanan dan fasilitas yang tidak sesuai harapan terhadap Sanctoo Suite & Villas dengan hotel bintang lima pada umumnya (*tripadvisor.com, 2022*)

Mengingat hotel Sanctoo Suites & Villas telah mendapatkan THK Awards dari tahun 2016-2018. Faktanya, kepuasan yang diharapkan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas penerapan THK. Kualitas layanan ini hanya dapat dinilai jika pelanggan telah mengalami atau merasakannya secara pribadi. Oleh karena itu, keberadaan Sanctoo Suites & Villas sangat bergantung pada jumlah tamu yang menginap. Pertumbuhan jumlah pengunjung tersebut tidak lepas dari berbagai atraksi yang dimiliki Sanctoo Suites & Villas dan kemampuannya dalam melestarikan seni agrokultur. Penerapan konsep THK merupakan salah satu cara untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan. Rumusan atau kerangka masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh penerapan variabel THK (*Tri Hita Karana*) terhadap variabel kepuasan tamu pada Sanctoo Suites & Villa?, bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Sanctoo Suites & Villa?

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor terpenting yang mengikat bisnis dan pelanggan untuk waktu yang lama (Kotler dan Armstrong 2018). Riyanto (2018:118) Kepuasan pelanggan itu merupakan antara harapan pelanggan dengan kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, jika kualitas layanan yang dirasakan pelanggan kurang maksimal dari yang diharapkan, maka adanya ketidakpuasan pada pelanggan, dan jika kualitas layanan maksimal atau lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan sangat puas.

Pada dasarnya hakikat ajaran THK menurut Yhani dan Supastri (2020) THK adalah sikap hidup yang seimbang, beribadah kepada Tuhan dan melayani, mencintai sesama manusia dan alam. Secara harfiah, THK berarti Tiga Penyebab Kebahagiaan (Tri = 3, Hita = Kemakmuran, Karana = Penyebab). THK berasal dari bahasa Sansekerta. Makna THK : 3 hal utama yang membawa kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia (Padet dan Krishna 2018).

Menurut Arianto dan Patilaya (2018:83) Kualitas layanan adalah tentang memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan secara tepat waktu. Menurut Kotler (2019) Kualitas pelayanan merupakan jenis penilaian pelanggan dengan tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan tingkat pelayanan yang diinginkan. Ketika pelayanan yang dirasakan atau pengalaman memenuhi keinginan, maka kualitas pelayanan dinilai baik dan memuaskan, kepuasan yang dicapai dapat memotivasi konsumen untuk membeli lagi dan lagi dan mengharapkannya menjadi pelanggan setia. Sedangkan menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keadaan dinamis dari produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memiliki kemampuan untuk melebihi harapan pelanggan.

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini, dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh *Tri Hita Karana* Terhadap Kepuasan Tamu

Pada dasarnya hakikat ajaran THK menurut Yhani dan Supastri (2020) THK adalah sikap seimbang dalam kehidupan antara menyembah Tuhan dan melayani sesama manusia, mengembangkan kasih sayang bagi sesama manusia serta mengembangkan kasih sayang bagi lingkungan alam. Membangun kehidupan yang harmonis, dinamis, dan produktif di bumi membutuhkan fondasi filosofis yang kuat. Jika filosofi THK mendarah daging menjadi sikap hidup masyarakat, maka hal-hal negatif tidak akan terjadi dalam upaya mencapai keharmonisan dan hidup Bahagia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manuaba (2022) menunjukkan bahwa penerapan *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Pita Maha Resort & Spa. Puspitadewi, dkk (2015) menunjukkan secara simultan penerapan *Tri Hita Karana* yang terdiri dari parhyangan, pawongan, dan palemahan

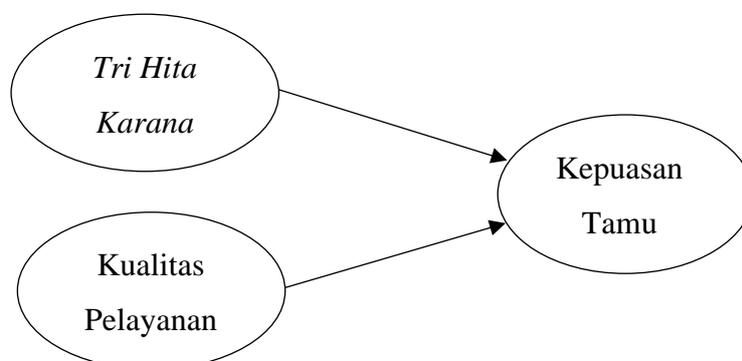
berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan di Kawasan Agrowisata Ceking.
H1 : *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring, dkk (2022) menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Apriliani, dkk (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Water Garden Hotel Candidasa. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi (2022) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Penelitian yang dilakukan oleh Dedy dan Alfandi (2022) adalah Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan terhadap keputusan kepuasan pelanggan adalah signifikan. H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu

Metode Penelitian

Dengan menggunakan dua variabel bebas yakni *Tri Hita Karana* (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel terikat (Y) yakni kepuasan tamu.



Gambar 1 Kerangka Berfikir Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Sanctoo Suites & Villas, lebih tepatnya di Jalan Ulun Suwi II, Singapadu, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Lokasi ini dipilih karena adanya masalah

terkait variabel yang diteliti yaitu kepuasan tamu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung tahun 2022 di Sanctoo Suites & Villas di Kabupaten Gianyar, Bali sebanyak 6.820 orang. Jumlah sampel adalah 99 orang dengan metode non-probability sampling, Teknik yang digunakan : teknik *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang bersifat non numerik, tidak dapat dihitung dan relevan dengan objek penelitian seperti sejarah Sanctoo Suites & Villas dan struktur organisasinya. Data kuantitatif adalah data yang bisa dihitung : tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian, jumlah responden dalam suatu sampel. Sumber data berupa primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner untuk memperkuat informasi. Selain itu, data sekunder didapat melalui observasi dan literatur untuk mendukung dan memperkaya hasil analisis dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, Uji regresi linier berganda, analisis determinasi, uji T dan uji F.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dengan 99 responden, diperoleh karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin laki – laki 48,48% dan perempuan 51,52%, usia 17-30 tahun 83,84%, 31-40 tahun 10,10% dan 41-50 tahun 6,06%, pekerjaan pegawai negeri/BUMN 12,12%, pegawai swasta 71,72%, wirausaha/pengusaha 13,13% dan pelajar/mahasiswa 3,03%, daerah asal Bali 96,97% dan luar Bali 3,03%, penghasilan perbulan Rp. 1 juta – 3 juta 3,03%, Rp. 3 juta – 5 juta 29,29% , Rp. 5 juta – 10 juta 43,43%, Rp. 10 juta – 20 juta 18,18%, dan > Rp. 20 juta 18,18%, dan tujuan menginap 100% berlibur.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Validitas		Reliabilitas	
		Pearson Correlation	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Tamu (Y)	0,728 ; 0,731 ; 0,899 ; 0,713	Valid	0,778	Reliabel
2	<i>Tri Hita Karana</i> (X1)	0,996 ; 0,735 ; 0,784 ; 0,846 ; 0,735 ; 0,784	Valid	0,809	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X2)	0,797 ; 0,861 ; 0,882 ; 0,862 ; 0,865 ; 0,825 ; 0,755 ; 0,846 ; 0,775 ; 0,829	Valid	0,871	Reliabel

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah 99 responden dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai kepuasan tamu, *Tri Hita Karana*, dan kualitas pelayanan seluruhnya

menghasilkan *nilai correlation* > 0,30. Maka keseluruhan pernyataan variabel penelitian adalah valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena Nilai *Cronbach's Alpha* adalah > 0.60.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Multikolinearitas		Heteroskedastisitas
	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	<i>Tolerance</i>	VIF	Sig
<i>Tri Hita Karana</i>	0,162	0,969	1,032	0,142
Kualitas Pelayanan				0,238

Sumber : data diolah (2023)

Pada Tabel 3 menunjukkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,162 lebih besar dari 0,05 sehingga seluruh data penelitian ini dikatakan normal. Model regresi penelitian ini terbebas dari multikolinearitas dikarenakan Nilai *tolerance* tidak menunjukkan lebih rendah dari 0,1 dan VIF tidak lebih dari 10. model regresi terbebas dari heteroskedastisitas dikarenakan setiap variabel bebas yaitu *Tri Hita Karana* (0,142) dan kualitas pelayanan (0,238) memiliki nilai Sig > 5% atau 0,05.

Tabel 4. Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.780 ^a	0.609	0.586	1.41977

Sumber : data diolah (2023)

Pada Tabel 3 diketahui bahwa keputusan pembelian sebesar 60,9% dipengaruhi, yang dapat dilihat pada kolom R square = 0,609 oleh variabel *Tri Hita Karana* dan kualitas pelayanan, dan hasil ini menunjukkan bahwa sebesar 39,1% kepuasan tamu pada Sanctoo Suites & Villas dipengaruhi oleh variabel lainnya dan tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Tabel 5. Uji Kelayakan Model

ANOVA ^a					
Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	223,114	2	111,557	74,625	0.000 ^b
1 <i>Residual</i>	143,512	96	1,495		
Total	366,626	98			

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai $F_{hitung} (74,625) > F_{tabel} (3,092)$ dan nilai Sig (0,000) < α (0,05) yang berarti dapat dikemukakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti model regresi yang diajukan dalam penelitian ini adalah layak, atau dengan kata lain variabel bebas (*Tri Hita Karana* dan kualitas pelayanan) dapat diandalkan untuk memprediksi nilai atau kinerja variabel terikat (kepuasan tamu).

Tabel 6. Uji Signifikansi Parsial

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,234	2,147		6,629	0,000
1 <i>Tri hita karana</i> (X1)	0,375	0,042	0,629	8,898	0,000
Kualitas pelayanan (X2)	0,418	0,038	-0,280	10,931	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan tamu (Y)

Sumber : data diolah (2023)

Nilai konstanta sebesar 14,234 menggambarkan bahwa jika *Tri hita Karana* dan kualitas pelayanan sama dengan 0 maka kepuasan tamu Sanctoo Suites & Villas adalah sebesar 14,234 satuan. Hasil pengujian H1 diketahui nilai $t_{hitung} = 8,898$ lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,984 ($8,898 > 1,984$) dan nilai Sig ($0,000 < \alpha 0,05$). Dengan demikian maka *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga H1 diterima.

Tri Hita Karana (THK) adalah tiga hal atau faktor yang menjadi sumber kebahagiaan manusia. *Tri Hita Karana* terdiri atas tiga komponen yang itu *parahyangan* yang mengatur hubungan antara manusia dengan Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, *pawongan* yang mengatur mengenai hubungan antar manusia, dan *palemahan* yang mengatur hubungan manusia dengan alam. Ketika ketiga komponen tersebut dijalani dengan baik maka akan mendorong terciptanya kebahagiaan. *Tri Hita Karana* dalam penelitian ini secara keseluruhan dipersepsikan baik oleh responden yang artinya Sanctoo Suites & Villas mampu menerapkan *Tri Hita Karana* dengan baik sehingga meningkatkan kepuasan tamu. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manuaba (2022), Puspitadewi, dkk (2015) yang membuktikan *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu

Hasil pengujian H2 nilai $t_{hitung} = 10,931$ lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,984 ($10,931 > 1,984$) dan nilai Sig ($0,000 < \alpha 0,05$). Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga H2 diterima.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan dalam memberikan pelayanan kepada tamu atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan indikator kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara keseluruhan dipersepsikan dengan baik oleh responden yang artinya menurut responden pihak Sanctoo Suites & Villas memberikan pelayanan dengan baik dan hal tersebut terbukti dapat meningkatkan kepuasan tamu dengan signifikan (nyata). Pelayanan yang mampu memenuhi harapan tamu atau bahkan melebihi harapan akan meningkatkan kepuasan tamu. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yaitu

Sembiring, dkk (2022), Apriliani, dkk (2022), Dedy dan Alfandi (2022), dan Cahyadi (2022) yang membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis menunjukkan *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang berarti diperlukan adanya peningkatan implementasi *Tri Hita Karana*. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kinerja item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah pada indikator palemahan yaitu mengenai penerapan kebersihan areal villa dengan nilai rata-rata 3,45, disarankan Sanctoo Suites & Villas menugaskan setiap karyawan seperti *gardener* dan *houseman* untuk lebih memperhatikan kebersihan lingkungan di villa.

Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu sehingga kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dengan cara meningkatkan kinerja indikator bukti fisik (*tangibles*) yang memiliki nilai paling rendah yaitu mengenai fasilitas dengan nilai rata-rata 3,51, disarankan Sanctoo Suites & Villas dapat meningkatkan fasilitas yang ada dengan cara seperti menyediakan *extra bed* kepada setiap tamu yang membutuhkan dan *in-house movie channel* yang saat ini tidak disediakan di beberapa kamar.

Untuk penelitian berikutnya maka disarankan untuk menguji variabel lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan tamu seperti *perceived value*. Berikutnya disarankan untuk memperbesar ukuran sampel dengan melibatkan tamu dari koperasi lainnya agar hasil penelitian dapat digeneralisasi.

Daftar Pustaka

- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3, 217–230.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. 6(2), 143–154.
- Cahyadi, P. I. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel the Haven Bali Seminyak. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(04), 800–812.
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater Hot Springs. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18–25.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. Pearson: Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.

-
- Manuaba, I. B. M. Y. (2022). *Penerapan tri hita karena terhadap kepuasan tamu di pita maha resort & spa*.
- Mulyapradana, A., & Lazulfa, A. I. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal. *Institusi Politeknik Ganseha Medan, 1*, 14–24.
- Padet, I. W., & Krishna, I. B. W. (2018). Falsafah Hidup Dalam Konsep Kosmologi *Tri Hita Karana*. *Jurnal Genta Hredaya, 2*(2), 37–43.
- Puspitadewi, I. D. A., Windia, W., & Astiti, N. W. S. (2015). Analisis Pengaruh Penerapan *Tri Hita Karana* terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan di Kawasan Agrowisata Ceking , Kecamatan Tegallalang , Kabupaten Gianyar. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, 3*(1), 43–52.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica, 2*(1), 117–124.
- Sembiring, E., Martini, L. K. B., & Dama, I. N. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Yang Menginap Di Samaja Kunti Bali Villas*. 5(2), 74–91.
- Suhardita, K., Karpika, I. P., Dartiningsih, M. W., & Mentari, R. M. (2020). *Tri Hita Karana (Layanan Bimbingan Klasikal untuk Membentuk Karakter Siswa)* (Teddy Fiktorius (ed.)). Mahameru Press.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress, 12*(1), 70–83.
- Utari, P. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gowata Sakti Motor*.
- Yhani, P. C. C., & Supastri, M. (2020). Filsafat Tri Hita Karana sebagai landasan menuju Harmonisasi dan Hidup Bahagia. *SRUTI: Jurnal Agama Hindu, 1*(1), 36–44.
- Yuliana, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Little White Cafe Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Alamana), 2*(2), 9–19.