**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA HOTEL NEW HOLLYWOOD PEKANBARU)**

Oleh : Sumadi

Email : sumadi240116@gmail.com

Pembimbing : Dr. Hj.Okta Karneli

Program Studi Administrasi Bisnis – Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial

Universitas Riau

Kampus BinaWidya, Jl. HR.Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research was conducted at the Hotel New Hollywood Pekanbaru, located in the heart of Pekanbaru precisely located on the street No. Kuantan Raya. 120 Pekanbaru. The rapid development of the number of hotels is a serious problem for the hotel business. Increasingly high business competition causes a shift in marketing patterns in expanding its market share. The tight business competition greatly affects the sales of hotel room services. This has an impact on Pekanbaru New Hollywood Hotels in the sale of hotel room services.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and pricing on consumer satisfaction at Pekanbaru New Hollywood Hotel. In this research the method used is quantitative descriptive with SPSS program. The population in this study were consumers at the New Hollywood Hotel Pekanbaru 32,046. Samples taken using the Slovin formula, amounting to 100 respondents. Hypothesis testing uses simple linear analysis and multiple linear analysis by showing the results that service quality and pricing have a significant effect on customer satisfaction at the Hotel New Hollywood Pekanbaru.

By calculating the coefficient of determination (R^2) simple quality of service to customer satisfaction R-square values obtained for 0308, or 30.8%, and the quality of service to customer satisfaction obtained value of R square of 0360 or 36%. Calculation of multiple determinations of service quality and price determination of customer satisfaction obtained an R square value of 0.409. This shows that the percentage of the contribution of the influence of service quality and pricing variables on customer satisfaction by 40.9% while the remaining 59.1% is influenced by other variables that the researchers did not mention in this study.

Keywords: Service Quality, Pricing and Consumer Satisfaction

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang didalamnya terdapat unsur pelayanan dan kenyamanan menginap yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Konsumen hotel dalam memilih tempat penginapan memiliki berbagai macam kriteria, dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Dalam hal menghadapi persaingan di dunia usaha, Hotel New Hollywood Pekanbaru mencoba memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang karena mendapatkan hak-haknya dengan baik dan cenderung pada bentuk nyaman serta sesuai dengan yang diharapkan. Tingkat kepuasan konsumen ditentukan oleh besarnya gap (kesenjangan). Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen, maka akan semakin besar ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan jasa tersebut. Ketidakpuasan konsumen terhadap suatu jasa pelayanan karena tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat berdampak negatif terhadap keberhasilan jasa pelayanan (Engel,1995). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi penting untuk diteliti agar perusahaan menyadari kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik atau belum.

Selain kualitas pelayanan hal yang terpenting diketahui konsumen dalam proses konsumsi adalah

besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan baik produk maupun jasa. Menurut Tjiptono (2015) Penetapan harga merupakan salah satu komponen terpenting pemasaran. Penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Tabel 1
Target dan Realisasi Tingkat Penjualan Jasa Kamar Pada Hotel New Hollywood Pekanbaru

No	Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Presentase
1.	2014	10.000	6.689	66,89%
2.	2015	10.000	7.687	76,87%
3.	2016	10.000	6.389	63,89%
4.	2017	10.000	5.796	57,96%
5.	2018	10.000	5.485	54,85%

Sumber :Hotel New Hollywood 2014-2018

Berdasarkan tabel di atas terlihat jelas bahwa tingkat penjualan jasa kamar hotel pada Hotel New Hollywood Pekanbaru dalam 5 tahun terakhir tidak pernah mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, bahkan cenderung mengalami penurunan dalam empat tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan rasa kepuasan konsumen cukup rendah sehingga konsumen berkurang untuk menginap di Hotel New Hollywood Pekanbaru. Dimana ketidakberhasilan pencapaian target penjualan kamar Hotel New Hollywood Pekanbaru ini, menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan hotel untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan

kepercayaan konsumen agar tetap menggunakan jasa hotel.

Rendahnya kepuasan konsumen Hotel New Hollywood Pekanbaru dapat diketahui dengan adanya keluhan yang disebabkan karena tidak sesuai dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Keluhan merupakan salah satu bentuk ekspresi kekecewaan dari konsumen atas pelayanan dari pihak hotel. Berikut merupakan data beberapa keluhan yang terjadi di Hotel New Hollywood Pekanbaru :

Tabel 2
Jumlah Keluhan Pelanggan Hotel New Hollywood Pekanbaru

No.	Keluhan	Presentase Keluhan
1.	AC kamar kurang dingin	36%
2.	Pelayanan masih lambat	19%
3.	Tempat tidur kurang rapi	9%
4.	Waktu pesanan makanan masih lama	15%
5.	Washtafel bocor	6%
6.	Properti berdebu	15%

Sumber : Hotel New Hollywood Pekanbaru 2018

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa presentase keluhan terbanyak ialah AC kamar yang kurang dingin yaitu 36% diikuti dengan pelayanan yang masih terlalu lambat yakni 19%. Berdasarkan perolehan data tersebut sehingga saya tertarik memilih Hotel New Hollywood Pekanbaru untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas maka rumusan masalah yang dirumuskan oleh peneliti adalah

“Apakah Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel New Hollywood Pekanbaru ?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penetapan harga pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru.

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Kualitas Pelayanan

Lupiyoadi (2001) kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi

kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Sedangkan Lupiyoadi (dalam Mongkaren, 2013) kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Parasuraman (dalam Tjiptono, 2001) menyatakan bahwa ada lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan dapat memudahkan dan merefleksikan persepsi konsumen yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian).

1.4.2 Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan kepuasan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit.

Alma (2005) Penetapan harga adalah keputusan mengenai harga – harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu. Menurut Stanton (dalam Rosvita, 2010) penetapan memiliki empat indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

1.4.3 Kepuasan Konsumen

Kotler (2011) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Wilkie (1994) menyatakan bahwa ada beberapa elemen dalam kepuasan konsumen

yaitu *expectations* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (perbandingan), dan *confirmation/disconfirmation* (konfirmasi).

1.5 Hubungan antar Variabel

1.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalamanpelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan, (Tjiptono:1996).

Menurut Kurz & Clow dalam Laksana (2008), pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut “*if the service performs at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK*” artinya jika pelayanan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga

mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan puas. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Prasetio (2012), menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Hubungan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Banyak faktor yang mempengaruhi faktor kepuasan, seperti kualitas layanan dan harga. Hasil penelitian Monroe (1989) menemukan bahwa suatu barang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena harga dapat memberikan daya tarik atau justru sebaliknya, dapat menimbulkan keengganan pelanggan terhadap suatu produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan pelanggan semakin meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono:2008).

1.5.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen merupakan komponen yang sangat penting dan harus dicermati dalam menghadapi era persaingan bisnis yang kompetitif. Kualitas pelayanan dan harga adalah dua hal yang saling berkaitan dimana konsumen selalu mengatakan bahwa, jika harga produk atau jasa tinggi maka kualitas yang diberikan akan baik. Dan jika harga yang diberikan rendah maka pandangan konsumen terhadap kualitas yang diberikan

tidak sesuai hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

Menurut Zeithaml (2003), bahwa kualitas layanan dan harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, jika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan konsumen maka perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dan memberikan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen agar tercipta suatu nilai yang dapat dirasakan konsumen serta memberikan rasa puas.

1.6 Hipotesis

Menurut sugiyono (2012), hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel New Hollywood Pekanbaru.

H2 : Diduga ada pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel New Hollywood Pekanbaru.

H3 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel New Hollywood Pekanbaru.

1.7 Konsep Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan persepsi atau pemahaman dalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan batasan-batasan tentang konsep yang digunakan, sebagai berikut:

1.7.1 Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan gunanya untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dan peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan dari perusahaan tersebut.

1.7.2 Variabel X2 (Penetapan Harga)

Penetapan harga adalah satu-satunya unsur dalam mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Harga juga sangat menentukan dan mempengaruhi dalam keputusan konsumen dalam membeli produk sehingga dapat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

1.7.3 Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkan kepuasan konsumen juga memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Dan kepuasan konsumen juga sebagai aset utama yang merupakan kelangsungan bisnis

perusahaan di era modern. Kepuasan konsumen akan menjadi suatu visi perusahaan yang harus diwujudkan dan dengan menciptakan berbagai misi disetiap aktifitas pemasaran.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel New Hollywood Pekanbaru yang beralamat di Jl. Kuantan Raya No. 120 Kota Pekanbaru.

1.8.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menginap di Hotel New Hollywood Pekanbaru dari tahun 2014-2018 dengan jumlah sebanyak 32.046 orang, sedangkan sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden dengan cara menentukan sampel berdasarkan rumus Slovin.

1.8.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

1.8.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *Questioner*. Menurut (Sugiyono, 2012) questioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden yaitu konsumen yang menginap di Hotel New Hollywood Pekanbaru.

1.9 Uji Instrument Data

1.9.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti. Hasil penelitian valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk apa yang seharusnya diukur. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputersasi SPSS. Suatu pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen penelitian tidak valid (Husein, Umar 2011). Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan :

r : nilai koefisien korelasi

$\sum X$: jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$: jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$: jumlah hasil perkalian X dan Y

$(\sum X^2)$: jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$: jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y

$(\sum X)^2$: jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X

$(\sum Y)^2$: jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y

1.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji

reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan menggunakan uji cronbach's alpha (Umar, 2011).

Keterangan :

r_{11} : koefisien reliabilitas konsumen

k : jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_b$: jumlah varians butir

$\sum^2_t$: varians total

1.10 Uji Analisis Data

1.10.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengetahui arah dan hubungan antara variabel dependent (terikat) dan variabel independent (bebas) apakah positif atau negatif serta untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apakah nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan umum regresi linier sederhana (Husein, Umar 2003) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

Y : variabel terikat

X : variabel bebas

n : jumlah sampel

a : nilai *intercept* (konstan)

b : koefisien arah regresi

1.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017) analisis linier berganda dapat digunakan oleh peneliti apabila

peneliti bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya) jadi analisis linier ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua variabel. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

(Sugiyono, 2017)

Untuk menghitung harga-harga a, b₁, b₂ dapat menggunakan persamaan berikut :

$$\begin{aligned} \sum Y &= an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 Y &= a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 Y &= a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 \end{aligned}$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan :

Y : variabel dependen (kepuasan konsumen)

a : konstanta dari persamaan regresi berganda

X₁ : variabel independent (kualitas pelayanan)

X₂ : variabel independent (penetapan harga)

b₁ : koefisien regresi variabel X₁

b₂ : koefisien regresi variabel X₂

1.11 Pengujian Hipotesis

1.11.1 Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R²) mempunyai range antara 0 – (0 < R² < 1). Artinya semakin besar nilai R² (mendekati 1) hal ini berarti bahwa pengaruh variabel bebas

secara serentak dianggap kuat dan apabila sebaliknya nilai (R²) mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serentak adalah lemah. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{b(n\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

$$R^2 = \frac{n(a\sum Y + b_1\sum X_1 Y + b_2\sum X_2 Y) - (\sum Y)^2}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

(Husein, Umar 2011)

1.11.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik t. Rumusnya sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2017)

Keterangan :

t : nilai t_{hitung}

n : jumlah sampel

r : koefisien korelasi

1.11.3 Uji Simultan (Uji F)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji F dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X₁), penetapan harga (X₂) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R : koefisien korelasi ganda
k : jumlah variabel independen
n : jumlah anggota sampel

2. Hasil Penelitian dan Pembahasan

2.1 Uji Instrument Data

2.1.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah peneliti lakukan menggunakan bantuan program komputerisasi SPSS bahwa hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966). Semua item pernyataan yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur kualitas pelayanan (X1), penetapan harga (X2) dan kepuasan konsumen (Y) pada Hotel New Hollywood Pekanbaru telah memenuhi syarat serta layak untuk digunakan sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

2.1.2 Uji Reliabilitas

Untuk memenuhi reliabel atau tidaknya item pernyataan dapat dilihat dari perbandingan *cronbach alpha* dengan nilai ketetapan 0.60 apabila *cronbach alpha* > 0.60 maka item pernyataan dinyatakan reliabel dan apabila *cronbach alpha* < 0.60 maka item pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang telah peneliti lakukan menggunakan bantuan program komputerisasi SPSS terhadap variabel-variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti dinyatakan reliabel (dapat dipercaya).

2.2 Uji Analisis Data

2.2.1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

A. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengolahan data diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 15.974 + 0.324X$$

Dari hasil regresi menunjukkan bawah :

- Nilai konstanta sebesar 15,974 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen sebesar 15,974.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,324 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,324.

B. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengolahan data diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14.294 + 0.465X$$

Dari hasil regresi menunjukkan bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 14,294 ini dapat diartikan jika penetapan harga diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen sebesar 14,294.
- Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga bernilai positif yaitu 0,465 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,465.

2.2.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas

Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengolahan data diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 12.451 + 0.169X_1 + 0.321X_2$$

Dari hasil regresi menunjukkan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar 12,451 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan penetapan harga diasumsikan nol (0), maka kepuasan konsumen sebesar 12,451
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,169 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,169.
- c. Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga bernilai positif yaitu 0,321 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,321.
- d. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) dan penetapan harga (X2) secara bersama-sama setiap peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,49.

2.3 Pengujian Hipotesis

2.3.1 Uji Determinasi (R^2)

A. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dapat diketahui bahwa perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,308 atau 30,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 30,8%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

B. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dapat diketahui bahwa perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,360 atau 36%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel penetapan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 64% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti masukkan dalam penelitian ini.

C. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berganda Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dapat diketahui bahwa perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,409 atau 40,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel

lain yang tidak peneliti cantumkan dalam penelitian ini.

2.3.2 Uji Parsial (Uji t)

A. Hasil Uji Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Uji hipotesis t diketahui t_{hitung} sebesar 6,610 dan tingkat signifikan 0,000 dan $df = (n-2=100-2=98)$ maka hasil t_{tabel} sebesar 1,98477 sehingga dari data tersebut diketahui t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($6,610 < 1,98477$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

B. Hasil Uji Parsial (Uji t) Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Uji hipotesis t diketahui t_{hitung} sebesar 7,424 dan tingkat signifikan 0,000 dan $df = (n-2=100-2=98)$ maka hasil t_{tabel} sebesar 1,98477 sehingga dari data tersebut diketahui t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($7,424 < 1,98477$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu variabel penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

2.3.3 Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 33.543 > F_{tabel} = 3,09$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan dan penetapan harga

secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Kesimpulan dan Saran

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Hotel New Hollywood pekanbaru mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada kualitas pelayanan didapat hasil yang menunjukkan kualitas pelayanan dari Hotel New Hollywood Pekanbaru secara keseluruhan dalam kategori baik sesuai dengan harapan konsumen, artinya bukti fisik (*tangibles*), kepercayaan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*) yang ada di Hotel New Hollywood Pekanbaru sudah menerapkan pelayanan dengan baik.
2. Pada penetapan harga didapat hasil yang menunjukkan penetapan harga dari Hotel New Hollywood secara keseluruhan dalam kategori baik yang artinya harga jasa Hotel New Hollywood dikenal baik oleh konsumen. Artinya harga yang ditetapkan Hotel New Hollywood sudah sesuai dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing.

3. Pada kepuasan konsumen dapat hasil yang menunjukkan kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood secara keseluruhan dalam kategori baik artinya harapan (*expectations*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparison*) dan konfirmasi (*confirmation/disconfirmation*) yang diberikan kepada konsumen yang menggunakan produk atau jasa Hotel New Hollywood Pekanbaru sudah merasa baik.
4. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkat pula kepuasan konsumen.
5. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik penetapan harga yang dilakukan perusahaan maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen.
6. Secara simultan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai kontribusi pemikir bagi perusahaan

dan penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran dari penulis yaitu:

1. Untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di Hotel New Hollywood Pekanbaru, seharusnya perusahaan lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen terlebih pada indikator *Reliability* (kepercayaan) yang mana memiliki skor paling rendah dari indikator yang lain. Penulis sarankan Hotel New Hollywood Pekanbaru meningkatkan kepercayaan kepada konsumen atas layanan yang diberikan.
2. Penetapan harga yang ditetapkan perusahaan dapat menentukan seseorang untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut atau tidak, konsumen yang sensitif terhadap harga lebih detail dalam memilih jasa yang akan dipilih, oleh sebab itu penulis sarankan agar Hotel New Hollywood dapat menetapkan harga sesuai dengan nilai yang dipersepsikan oleh konsumen.
3. Agar kepuasan konsumen pada jasa Hotel New Hollywood dapat lebih meningkat, sebaiknya pihak perusahaan lebih dapat membaca keinginan konsumen saat ini seperti apa, maka dari itu dapat memudahkan Hotel New Hollywood untuk memperbaharui strategi yang efektif dan menjadikan Hotel New Hollywood Pekanbaru sebagai pilihan utama untuk jasa menginap bagi konsumen.
4. Diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel

New Hollywood Pekanbaru. Untuk itu perusahaan kedepannya mampu meningkatkan perhatian terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan dan melatih karyawan agar dapat memberikan pelayanan terbaik. Diketahui bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru. Untuk itu diharapkan perusahaan kedepannya dapat menetapkan harga yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

5. Diketahui secara simultan bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Hollywood Pekanbaru. Untuk itu perusahaan harus lebih memperhatikan kembali berbagai masalah yang dapat ditimbulkan dari kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi menurunnya tingkat perkembangan konsumen setiap bulan ataupun setiap tahunnya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Engel, J.F. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan,*

Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat

Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

_____. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Kompetensi (edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat

Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

_____. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi

_____. 2015. *Pemasaran jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi

Wilkie, William L. 1994. *Prilaku Konsumen*, Edisi 3. New York: Jhon Willy dan Sons, Inc

Zethmal. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing