

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL WINSTAR PEKANBARU

Oleh: Dwina Andita Khairunnisa

dwinaandita12@gmail.com

Pembimbing: LIE OTHMAN

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia
Kampus Bina Widya, Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

ABSTRACT

This research was conducted at Hotel Winstar Pekanbaru located on Jalan M Ali No. 118. Pekanbaru, Riau. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and pricing on hotel customer satisfaction at Hotel Winstar Pekanbaru partially and simultaneously. In this research, the method used is descriptive quantitative analysis with SPSS program. The population in this study were hotel guests who stayed at the Winstar Hotel Pekanbaru in the last year, 2020 as many as 10,545 people. Where the sample in this research is the consumers of Hotel Winstar Pekanbaru as many as 100 respondents. To determine the sample using the Slovin formula.

Data collection techniques through questionnaires, types and sources of data using primary data and secondary data, measurement collection techniques using a Likert scale. From data analysis which includes validity test, reliability test, simple linear regression analysis, multiple linear analysis, determination analysis and significance test with t test (partial), and f test (simultaneous). The results of this study indicate that the results of testing the first t test hypothesis, service quality on customer satisfaction, namely t count (8.280) > t table (1.6605), meaning that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Second, pricing on consumer satisfaction is t count (8,190) > t table (1,6605) meaning that pricing has a significant effect on consumer satisfaction. The results of the f test of service quality and price have a significant effect on consumer satisfaction, namely f count (48.925) > F_table (3.09). This means that the quality of service and pricing simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Winstar Hotel Pekanbaru

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara profesional (Andriasan,2016). Menurut Kepmenparpostel KM.37 thn. 1986 Pasal 1 Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Untuk mempertahankan agar tetap *survive* ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen Semakin banyaknya hotel yang beroperasi dengan berbagai jasa maupun layanan yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak pada bidang jasa (*services*) perhotelan, kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan hotel. Dan dalam menghadapi persaingan di dunia usaha, Hotel Winstar Pekanbaru mencoba memberikan kepuasan kepada para konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan harga agar tercapainya suatu kepuasan

Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan maupun harapan konsumen demi kepuasan yang akan mereka dapatkan. Pelayanan yang baik juga bukan hanya didapat dari cara melayani konsumennya dengan berinteraksi dengan

sikap yang baik namun juga perlu dilakukan oleh perusahaan yaitu memenuhi/memberikan layanan yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tujuan dapat memberikan rasa nyaman bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Harrison-Walker 2001)

Disamping kualitas pelayanan yang baik, harga juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Pengertian harga menurut (Tjiptono and Chandra 2004) jika dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produksi, distribusi, dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Namun dalam menetapkan harga tidaklah mudah, dengan harga yang mahal hanya dapat meningkatkan pendapatan jangka pendek, namun disisi lain tidak terjangkau oleh konsumen dan terkadang harga yang mahal dapat memicu protes dari masyarakat atau lembaga konsumen dan bahkan campur tangan pemerintah untuk menurunkan harga tersebut. Jadi harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan yang cermat dan strategi untuk mendapatkan keuntungan bagi bisnis perhotelann Kualitas pelayanan dan harga yang tepat seharusnya dapat menjadikan sebagai salah satu daya tarik dan keunggulan bagi setiap perusahaan terutama perusahaan yang berjalan dibidang penyedia jasa pariwisata hotel untuk menarik konsumen.. Tak hanya itu, memuaskan konsumen juga

dapat meningkatkan kualitas hotel dalam bersaing dengan hotel-hotel lainnya.

Agar hotel dapat bersaing dan bertahan maka seperti yang selalu diingatkan perusahaan selalu dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para konsumen dan dengan prinsip itulah konsumen pun perlahan akan menjadi pelanggan. Dan menurut **(Tjiptono and Chandra 2004)** persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan konsumen yang baik akan berimbas pada meningkatnya tingkat hunian kamar hotel. Maka dari itu Hotel Winstar Pekanbaru harus dapat bersaing agar dapat merebut konsumen walaupun semakin banyak hotel baru yang berdiri saat ini menyebabkan pendapatan Hotel Winstar Pekanbaru menurun ditengah tajamnya persaingan menggaet konsumen

Berdasarkan permasalahan diatas dan melihat kondisi yang ditemukan pada Hotel Winstar Pekanbaru, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Winstar Pekanbaru”

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu : “Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen Hotel Winstar Pekanbaru?”

Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang dikemukakan maka dapat ditentukan tujuan dalam penelitian adalah :

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

Kerangka Teori

Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan keputusan konsumen. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting dalam mencapai keunggulan bersaing perusahaan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang tepat. Menurut Menurut **(Tjiptono and Gregorius 2012)** menyatakan pada prinsipnya “kualitas layanan/jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut Parasuraman dalam **(Lupiyoadi 2013 2013)** “kualitas pelayanan (service quality) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima/peroleh

Menurut (Parasuraman 1998) dalam **(Lupiyoadi 2013 2013)** ada 5 (lima) dimensi pemberian pelayanan jasa, yaitu

1. Bukti Fisik
2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Jaminan
5. Empati

Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Dan harga turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Tetapi pentingnya unsur ini tidak ada artinya jika perusahaan tidak memahami seberapa jauh pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Harga menurut **(Philip Kotler 2012)** adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Pengertian harga menurut **(Tjiptono and Chandra 2004)** jika dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produksi, distribusi, dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-

satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Menurut **(Tjiptono and Chandra 2004)** Harga adalah Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan

Menurut **(Kotler 2011)** menjelaskan bahwa dalam menentukan kebijakan penetapan harga, perusahaan mengikuti prosedur enam langkah: memilih tujuan penetapan harga, memperkirakan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing, memilih metode penetapan harga, dan memilih harga akhir. Keputusan penetapan harga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dapat dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra serta dapat memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas **(Lupiyoadi dan Hamdani 2014)**

Menurut **(Batubara and Hidayat 2016)** adapun indikator dalam penetapan harga yaitu:

1. Penetapan harga berdasarkan biaya,
2. Penetapan harga berdasarkan permintaan,
3. Penetapan harga berdasarkan persaingan,
4. Berdasarkan kebutuhan pelanggan,

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan tidak bisa lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menimbulkan keberhasilan suatu perusahaan. Agar perusahaan dapat

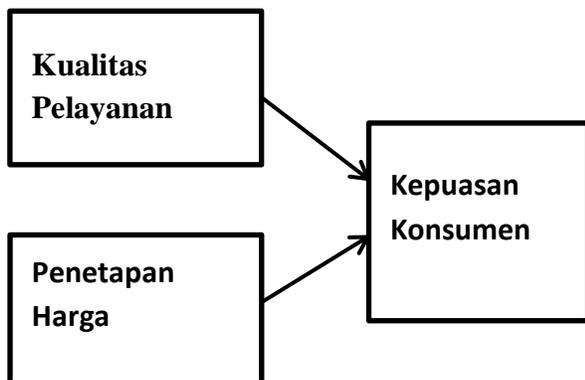
bersaing dan bertahan maka perusahaan selalu dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang memuaskan dan harga yang sesuai bagi para konsumen dan dengan prinsip itulah konsumen pun perlahan akan menjadi pelanggan.

Menurut **Kotler dalam Irawan (2004)** dalam menentukan kepuasan konsumen ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, faktor tersebut antara lain kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, emosional dan kemudahan. Bila kualitas jauh dibawah harapan, maka mereka akan mengalami ketidakpuasan emosional. Bila kinerja melebihi harapan, maka mereka akan merasakan kepuasan emosional. Dan sedangkan menurut (**Kotler and Keller 2009**) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewanya konsumen yang muncul setelah membandingkan ekspektasi/kesannya terhadap kinerja atau hasil produk

Menurut (**Nugroho 2011**) ada tiga indikator pada kepuasan konsumen yaitu:

1. Konfirmasi Harapan
2. Minat Pembelian Ulang
3. Kesediaan Untuk Merekomendasi.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

1. Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (H1)
2. Diduga bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (H2)
3. Diduga bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (H3)

Metode Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Winstar Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Moh. Ali No. 118, Padang terubuk, Kec. Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau 288155, Indonesia

Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobabilitas.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan (**Sugiyono 2009**) Pendistribuan kuesioner dilakukan dengan dibantu oleh staff hotel fengan meletakkan kuesioner pada kamar hotel saat konsumen akan menginap di Hotel Winstar Pekanbaru untuk bisa mendapatkan sampel sebanyak 100 responden

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu ialah data yang memiliki karakteristik dari satu variabel yang nilai – nilainya dinyatakan dalam bentuk numerical (**Sugiyono**

2013) Menurut (**Malhotra 2009**) penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang mencari kualitas data dan biasanya berlaku beberapa analisis yang digunakan untuk statistik. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner

b. Sumber Data

- Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumbernya atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada para responden. Data primer berupa data penelitian dari kuesioner yang disebar pada konsumen Hotel Winstar Pekanbaru

- Data Sekunder

Menurut (**Supranto 2000**) data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan sudah diolah oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang sudah diolah oleh Hotel Winstar Pekanbaru berupa tabel data daftar harga, data target, data keluhan konsumen serta realisasi dan data pesaing dari Hotel Winstar Pekanbaru

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data serta keterangan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

- Metode Kuisisioner

Yaitu dapat dilihat dari pengisian kuisisioner yang ditujukan kepada responden. Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden melalui staff hotel untuk dijawabnya (**Sugiyono 2009**) Pengumpulan

data dengan menggunakan kombinasi pertanyaan terbuka, yang diberikan secara responden sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta tanggapan pelanggan terhadap Hotel Winstar Pekanbaru. Angket ini menggunakan skala Likert dengan skor 1 – 5.

Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Dalam analisis ini penulisan dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif, yaitu dengan membaca tabel-tabel dan angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik. Dalam analisis kuantitatif ini peneliti mencari pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pada Hotel Winstar Pekanbaru dengan perhitungan statistik yang dicari dengan program SPSS.

Uji Analisis Data

Analisis Regresi Linear Sederhana

Adalah metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut atau disebut juga Predictor sedangkan Variabel Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga Response. Dalam menganalisis dari hasil penelitian ini, digunakan model regresi linear sederhana yang sebagai berikut (**Husein Umar 2013**)

Analisis Regresi Linear Berganda

Dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen digunakan model regresi linear berganda menurut (Supranto 2000) $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Uji Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi maka model yang dapat digunakan akan semakin baik. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai range antara 0 sampai ($0 < 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka pengaruh variabel bebas model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam

Analisis Data

Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,971	1,770		3,373	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,394	0,048	0,642	8,280	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai konstanta sebesar 5,971 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 5,971

penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya dan apabila (R^2) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah terbatas.

Pengujian Hipotesis

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 statistic t, ((Husein 2011)

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikan dibawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,394 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen 0,39

Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,642 ^a	0,412	0,406	3,31776

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,412 atau 41,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen sebesar 41.2%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

Uji t (Uji Parsial) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,971	1,770		3,373	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,394	0,048	0,642	8,280	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil uji t hitung 8,280 dengan signifikansi 0,000

Rumus hipotesisnya adalah:

H_a :Ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru.

H_o :Tidak ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru.

Uji ini dilakukan dengan ketentuan:

Jika t hitung < t tabel pada α 0,05, maka H_a ditolak dan H_o diterima

Jika t hitung > t tabel pada α 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Dengan uji t sebesar t hitung = 8,280 > t tabel 1,6605 dan signifikansi = 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya secara kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru

Analisis Regresi Linear Sederhana Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a					
---------------------------	--	--	--	--	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,824	2,048		1,867	0,065
	Penetapan Harga	0,565	0,069	0,637	8,190	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Arti dari angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah:

1. Nilai konstanta sebesar 3,824 ini dapat diartikan jika harga diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen sebesar 3,824

2. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,565 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,565

Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	0,406	0,400	3,33258

a. Predictors: (Constant), Penetapan Harga

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,406 atau 40,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen sebesar

40,6%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

Uji t (Uji Parsial) Penetapan Harga terhadap Kpuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,824	2,048		1,867	0,065
	Penetapan Harga	0,565	0,069	0,637	8,190	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil uji t hitung 8,190 dengan signifikansi 0,000.

H_a : Ada pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru

Rumus hipotesisnya adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru.

Uji ini dilakukan dengan ketentuan:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Dengan uji t sebesar $t_{hitung} = 8,190 > t_{tabel} 1,6605$ dan signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya secara parsial harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru

Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,386	1,967		0,705	0,483
	Kualitas Pelayanan	0,245	0,057	0,398	4,322	0,000
	Penetapan Harga	0,343	0,082	0,387	4,201	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1. Nilai konstanta sebesar 1,386 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan penetapan harga diasumsikan nol (0), maka kepuasan konsumen sebesar 1,386.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu, 0,245 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,245.
3. Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga bernilai positif yaitu 0,343 ini dapat diartikan bahwa seyiap peningkatan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,343.
4. 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 0,588 dan berpengaruh positif

Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berganda Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,709 ^a	0,502	0,492	3,067
a. Predictors: (Constant), Penetapan Harga , Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai R^2 (R square) sebesar 0,502 atau 50,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan Penetapan harga terhadap kepuasan

konsumen sebesar 50,2%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 49,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F) Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	920,654	2	460,327	48,925	,000 ^b
	Residual	912,656	97	9,409		
	Total	1833,310	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Penetapan Harga , Kualitas Pelayanan						

Pada tabel 3.30 tersebut hasil pengujian hipotesis uji F hitung menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 48,925 > F_{tabel} = 3,09$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Winstar Pekanbaru. Dengan H_a diterima maka setiap dimensi yang ada pada variable kualitas pelayan dan setiap dimensi yang ada pada variabel penetapan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

Kesimpulan

1. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik JOM FISIP Vol. 7: Edisi II Juli-Desember 2020 Page 11 kualitas pelayanan maka akan meningkat pula kepuasan
2. konsumen. 2. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik

harga yang diberikan maka meningkat pula kepuasan konsumen. 3. Secara simultan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

Batubara, Azmiani, and Rahmat Hidayat.

2016. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines." *Ilman* 4(1): 14.

Harrison-Walker, L. Jean. 2001. "The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents." *Journal of Service Research* 4(1): 60–75.

Husein Umar. 2013. "Husein Umar, Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, 2004." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9).

Kotler. 2011. Jakarta : Penerbit Salemba Empat *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*.

Kotler, Philip. 2000. 199 *Marketing Management: The Millennium Edition*.

Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2007. Jakarta: PT Indeks *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*.

———. 2009. Penerbit Erlangga *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ketigabelas*.

Lupiyoadi 2013. 2013. "Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat." *Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat*.

Malhotra, Naresh K. 2009. "Riset Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid 1." *Jakarta: PT Indeks*.

Nugroho, Eriyanto Prastyo. 2011. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer*.

Philip Kotler, Gary Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*.

———. 2009. "Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta." *Metode Penelitian Bisnis*. 129.

———. 2013. "Metode Penelitian

Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,
Kualitatif, Dan R&DSugiyono. 2013.
'Metode Penelitian Pendidikan
Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan
R&D.' Metode Penelitian Pendidikan
Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan
R&D. <https://doi.org/10.1>." *Metode
Penelitian Pendidikan Pendekatan
Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*

———. 2016. "Memahami Penelitian
Kualitatif." *Bandung: Alfabeta.*

Supranto, J. 2000. "Statistik Teori Dan
Aplikasi Jilid 1 / Oleh J. Supranto."
*Statistik teori dan aplikasi jilid 1 / oleh
J. Supranto 2000(2000).*