

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, PENETAPAN HARGA DAN FASILITAS THE SUN HOTEL MADIUN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Alvia Prilli Javelin<sup>1)</sup>, Apriyanti<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun

alviajavelin16@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun

manajemen@unipma.ac.id

### *Abstract*

*This study aims to determine and estimate the effect of service quality, pricing, and facilities on consumer satisfaction The Sun Hotel Madiun. Service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction of The Sun Hotel Madiun and price has a positive and significant impact on consumer satisfaction of The Sun Hotel Madiun while facilities have a positive and significant effect on consumer satisfaction of The Sun Hotel Madiun. Service quality, price and facilities simultaneously have a positive effect on consumer satisfaction at The Sun Hotel Madiun.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Facilities, customer satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen The Sun Hotel Madiun. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen The Sun Hotel Madiun dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen The Sun Hotel Madiun sedangkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen The Sun Hotel Madiun. Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen The Sun Hotel Madiun

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, kepuasan konsumen

## PENDAHULUAN

Menentukan kelangsungan hidup usaha dalam jangka panjang biasanya sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan. Karena dengan kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap produk atau jasa tertentu. Menurut Buchori (2015: 15), kepuasan pelanggan adalah penilaian konsumen terhadap suatu prestasi atau produk dengan cara membandingkan prestasi atau produk tersebut dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri. Kepuasan konsumen sebagai salah satu target dari *The Sun Hotel Madiun*. Dengan kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas, maka dari pihak *The Sun Hotel Madiun* semakin meningkatkan dan terus mengembangkan agar *The Sun Hotel Madiun* bisa terus bersaing dengan hotel-hotel lainnya.

Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas pertemuan penjamuan dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Untuk mempertahankan agar tetap *survive* ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Dari aneka makanan,hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas dimata konsumen. Selain itu juga penambahan berbagai perlengkapan ornamen dan fasilitas untuk menunjang kenyamanan agar para tamu betah singgah dihotel tersebut. 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. Untuk itu hotel perlu dalam melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan konsumennya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Setiap perusahaan jasa dituntut memiliki pelayanan prima dalam menjalankan roda usahanya. Ditengah persaingan pasar yang semakin ketat, para pengusaha jasa biasanya berupaya sebisa mungkin untuk bertahan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menarik sebanyak mungkin pelanggan dan mempertahankannya. Keputusan pembelian timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi, keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktifitas yang dipengaruhi faktor internal maupun eksternal. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi keputusan menginap konsumen, sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan jasa. Begitu juga dengan fasilitas yang ditawarkan, semakin lengkap fasilitas maka akan semakin tinggi keputusan menginap konsumen. Usaha jasa hotel dan akomodasi merupakan salah satu komponen yang berperan penting dalam kemajuan sebuah kawasan wisata. Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi (kamar) yang dikelola secara komersial dan menyediakan pelayanan makanan, minuman, harga serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Hotel saat ini ditata sedemikian rupa agar menarik dengan fasilitas yang lengkap beserta pelayanan yang prima. Seiring perkembangan zaman, industri perhotelan akan terus berkembang dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Dapat kita ketahui bahwasanya di kota Madiun ini banyak berbagai macam tipe hotel. Madiun memiliki penginapan yang berkelas dan berfasilitas yang tak kalah dengan hotel berkelas. Salah satunya *The Sun Hotel Madiun*. Yang dimana Penginapan ini berlokasi di Jl.S. Parman No. 8 Madiun, Jawa Timur, yang lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau. Penginapan ini merupakan akomodasi jasa berkonsep motel dan telah berdiri sejak tahun 2014 silam. *The Sun Hotel Madiun* menawarkan tarif yang murah, namun *The Sun Hotel Madiun* telah dilengkapi dengan fasilitas yang cukup memadai termasuk akses internet melalui jaringan internet, Parkir Dan keamanan selama 24 jam.

**Tabel 1.** Tempat Strategis Yang Dapat Di Jangkau Dari *The Sun Hotel Madiun 2022*

No	Tempat Menarik	Waktu
1	Destinasi Wisata	Dekat dengan hotel
2	Suncity Mall	Dekat dengan hotel
3	Water And Theme Park	Dekat dengan hotel
4	Stasiun Kereta Api	5 Menit
5	Terminal Bus	5 Menit
6	Alun-Alun Kota Madiun	5 Menit
7	Kantor Pemerintah	5 Menit
8	Area Bank	5 Menit

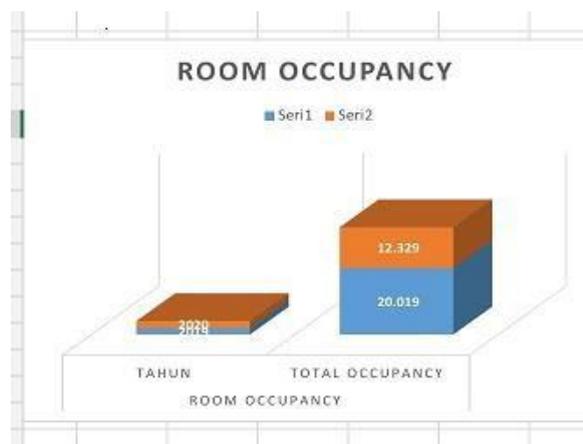
9	Klenteng Hwie Ing Kiong	7 Menit
10	Masjid Besar Kuno	10 Menit
11	Waduk Bening Widas	25 menit
12	Telaga Sarangan	45 Menit
13	Grojokan Sewu	60 Menit

Sumber : *The Sun Hotel Madiun* 2020.

Dapat kita lihat dari table di atas bahwasanya penginapan ini memiliki harga yang relatif murah ketimbang dengan akomodasi jasa inap lainnya. Dan terbilang pelayanan yang baik, ramah dan pelayanan cepat membuat para konsumen akan tertarik dengan fasilitas dan kualitas jasa yang disediakan penginapan ini.

Dapat diketahui dibalik kesuksesan sebuah usaha terdapat juga gejolak naik turunnya sebuah usaha. Dimana naik turunnya usaha itu dapat dirasakan juga oleh *The Sun Hotel Madiun* tersebut. Hotel ini mengalami penurunan konsumen yang sangatlah drastis pada tahun 2019. Dimana pada tahun 2019 hotel itu tidak mencapai target, bisa kita lihat dari grafik dibawah ini.

**Gambar 1.** Grafik Jumlah Kunjungan *The Sun Hotel Madiun*



Tahunan 2019/2022

Sumber : *The Sun Hotel Madiun* 2019/2020

Berdasarkan tabel diatas bahwasanya pada tahun 2020 penginapan ini mengalami omset naik dimana pada tahun itu penginapan itu mengalami omset yang naik secara drastis. Pada tahun itu penginapan itu mengalami banyak konsumen yang berkunjung ke penginapan itu dengan bertujuan liburan dan banyaknya kegiatan dikota Madiun. Pada tahun 2020 penginapan ini masih dengan harga yang cukup dibilang murah.

Salah satu departemen yang memiliki tanggung jawab besar dalam meningkatkan tingkat hunian kamar adalah *sales and marketing*. Karena departemen ini memiliki tugas dalam penjualan kamar dan produk lain yang ada di hotel. Akan tetapi menjual produk-produk tidak semudah itu seperti pada *The Sun Hotel Madiun*. Disini peran sales dan marketing sangat dibutuhkan,

bagaimana tetap memenuhi *occupancy* kamar. Sales dan marketing harus mempunyai strategi yang baik dalam meningkatkan *occupancy* kamar. Sales dan marketing harus mampu memanfaatkan nilai lebih yang dimiliki hotel, memberikan ciri khas hotel supaya bisa dikenal oleh banyak orang dan yang terpenting aktif melakukan promosi secara langsung maupun melalui media sosial.

Tetapi semua departemen dalam hotel juga memiliki peran penting untuk memberikan yang terbaik di *The Sun Hotel Madiun*. Departemen dalam *The Sun Hotel Madiun* yaitu *Front Office, Security, Food And Beverage Service, Food And Beverage Product, Maintenance Engineering, House Keeping, Finance Ccounting*. Tugas masing – masing departemen hotel juga sudah sangat baik dalam promosi *The Sun Hotel Madiun* untuk meningkatkan tingkat *Occupancy* kamar.

Setelah hotel mengalami perbaikan yang baik hotel itu mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2019, dikarenakan berkurangnya pengunjung yang bertujuan menginap dengan notabane dinas dari luar kota. Hotel ini banyak diminati oleh orang-orang yang berkerja dari luar Madiun. Dengan beralasan penginapan ini berpusat di pusat kota dan mudah untuk menempuhnya.

*The Sun Hotel Madiun* mampu bersaing terhadap penginapan-penginapan atau hotel yang berada di sekitaran Jalan Madiun. Berdasarkan pengamatan penginapan ini mampu bersaing terhadap penginapan hotel Amaris, hotel Aston dan kos – kosan harian lainnya, yang mampu bersaing dan membuat pacuan penginapan berusaha ingin memberi yang terbaik. Semakin maraknya bisnis hotel yang cukup bersaing sebaiknya trend pengelolaan fasilitas akomodasi dan pelayanan mengarah pada konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan produk dan fasilitas yang lengkap, nyaman dan berkualitas. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya.

Keberhasilan sebuah bisnis perhotelan dalam meraih kepuasan pengguna jasanya pada tahap awal ditentukan antara lain oleh keunggulan produknya, oleh karena sebagian besar produknya berupa jasa maka keberhasilan itu hanya dapat dipertahankan dan dikembangkan oleh sikap manusianya yang disebut sikap melaksanakan *Service Excellence* (pelayanan unggul) kepada para pelanggan di Hotel tersebut. Telah terbukti di negara-negara maju bahwa untuk memuaskan para pelanggan dapat dilakukan melalui *Service Excellence*. *Service Excellence* yaitu bagaimana cara para karyawan atau sumber daya manusia pada institusi tersebut melayani para pelanggan sehingga mereka mempunyai kesan yang positif terhadap institusi tersebut. *Service Excellence* identik dengan sikap baik atau behavior dalam memandu layanan. Akibatnya para pelanggan akan merasa

puas dan terus menggunakan jasa hotel/penginapan tersebut, tetapi yang lebih penting lagi yaitu penyampaian dari mulut ke mulut mengenai *ServiceExcellence* suatu bisnis hotel/penginapan atau institusi itu dan sebagai akibatnya volume jasa layanan atau usaha lembaga tersebut akan meningkat.

Salah satu faktor yang tidak ketinggalan untuk ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah harga. Menurut *Kotler*, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Dengan adanya perkembangan tingkat kritis dalam memilih hotel yang semakin baik akan membuat pengguna jasa menjadi lebih kritis dan makin pintar membandingkan pelayanan suatu hotel dengan hotel lainnya dan berpikir jangka panjang dalam menggunakan jasa hotel.

Demikian juga dengan Harga dan lokasi Hotel, ini juga merupakan indikator. Harga yang bersaing dan lokasi yang strategis tampaknya sebagai alternatif pemilihan para pengguna jasa hotel sebagai tempat persinggahannya. Pentingnya faktor pelayanan memang sudah tidak dapat ditawar lagi oleh industri hotel, karena pelayanan kepada para pengguna menjadi dasar dari bisnis ini dimana merupakan bisnis pelayanan (*service*). Faktor-faktor seperti tersedianya fasilitas yang baik dan canggih sebenarnya hanyalah merupakan features yang akan meningkatkan kepuasan pada pengguna jasa.

Dengan adanya kualitas pelayanan, fasilitas beserta harga yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan dan fasilitas karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya penginapan lebar daun untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan, harga dan fasilitas penginapan lebar daun itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

*The Sun Hotel Madiun* adalah akomodasi murah bagi anda yang berencana melakukan kunjungan ke kota Madiun. Sesuai namanya, penginapan ini beralamat di Jl.S. Parman No. 8 Madiun, Jawa Timur. *The Sun Hotel Madiun* merupakan akomodasi berkonsep motel dan telah berdiri sejak tahun 2014 silam. *The Sun Hotel Madiun* ini berada di pusat strategi kota Madiun, Penginapan ini

berada di jalan yang protokol yang mana mudah dilalui transportasi dan mudah dijangkau dari daerah- daerah pinggiran. Dikarnakan tempat yang strategis, di sekeliling juga banyak yang menjual makanan, mudah untuk menempuh rumah sakit yang terbaik di Madiun.

Dengan memberikan pelayanan yang baik akan membawa keuntungan yang besar bagi hotel dan Profesionalisme karyawan hotel dalam menangani tamu sangat penting demi membentuk citra yang baik bagi hotel itu sendiri. Dengan adanya pembicaraan dari mulut ke mulut maka secara tidak langsung sudah terjadi promosi terhadap hotel. Dalam hal ini karyawan hotel harus disiplin tinggi serta penuh rasa tanggung jawab dan berpegang teguh pada Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan menerapkan SOP tersebut, akan mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin terjadi. Maka dengan adanya uraian diatas, peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh tingkat pelayanan *The Sun Hotel Madiun* terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun* di Madiun, sehingga peneliti mengambil judul Analisis Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Fasilitas *The Sun Hotel Madiun* Terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk 1) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*.2) mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*. 3) mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*. 4) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*.



## KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Fandy Tjiptono kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Lewis and Booms kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pe langgan, yang artinya pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono sub indikator kualitas pelayanan ada lima yaitu: wujud fisik, keandalan, daya tanggap, Jaminan, dan empati.

### Penetapan Harga

Menurut Kotler, harga merupakan jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi, dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang memadai atas usaha dan resikonya (Juhari, 2016). Dalam sebagian besar kasus menurut Kotler, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga maka semakin rendah permintaan terhadap produk, demikian sebaliknya semakin rendah harga maka semakin tinggi permintaan terhadap produk, oleh karena itu penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian khusus dari perusahaan (Armana, Kirya, & Suwendra, 2015).

Penentuan harga yang diterapkan di dalam sektor hotel tentunya memiliki tujuan yaitu tercapainya laba perusahaan dan untuk meningkatkan volume penjualan atau jumlah hunian kamar di hotel. Dalam menetapkan strategi harga bisa dilakukan dengan potongan harga, premi pembayaran, kebijakan harga dan 14 geografis yang akan berdampak pada penyewaan kamar di hotel (Armana et al., 2015). Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Hotel mempunyai tujuan utama dalam menetapkan harga yaitu untuk pencapaian laba dan untuk meningkatkan volume penjualan atau jumlah hunian kamar pada hotel. Apabila tarif sewa kamar hotel stabil, maka akan membantu menjaga kepercayaan para tamu hotel dan meningkatkan jumlah hunian kamar.

Indikator harga menurut Santon dalam Lembang, ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk Terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang ditawarkan.
- 3) Daya saing harga Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

### **Fasilitas**

Fasilitas dikatakan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen. (Lupiyoadi & Rambat, 2017). Dengan adanya fasilitas yang baik akan menimbulkan suatu tingkat kepuasan yang tinggi dalam benak konsumen tentang hotel tersebut. Fasilitas jasa perlu diperhatikan agar dapat menciptakan/ meningkatkan nilai lebih yang diberikan oleh konsumen.

Sebuah hotel biasanya menawarkan berbagai macam fasilitas penunjang kebutuhan tamunya. Disamping menawarkan makanan dan penginapan, hotel modern juga menyediakan banyak kemewahan hidup. Para tamu dapat memakai kembali baju yang sudah dicuci dan distrika, menelepon teman atau relasi bisnis dari dalam kamar, membeli bahan bacaan, baju dan barang pribadi lainnya, merapikan rambut, membeli baju atau mengatur segala perjalanannya. Hotel-hotel besar menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan tamunya, seperti pertokoan, pusat-pusat hiburan dan fasilitas kesehatan. Nazlia (2017). Menurut Tjiptono indikator fasilitas ada enam, yaitu:

#### **1) Pertimbangan/ perencanaan spasial**

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

#### **2) Perencanaan ruangan**

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.

### 3) **Perlengkapan/perabotan**

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna barang para pelanggan.

### 4) **Tata cahaya dan warna**

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta susunan yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks.

### 5) **Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis**

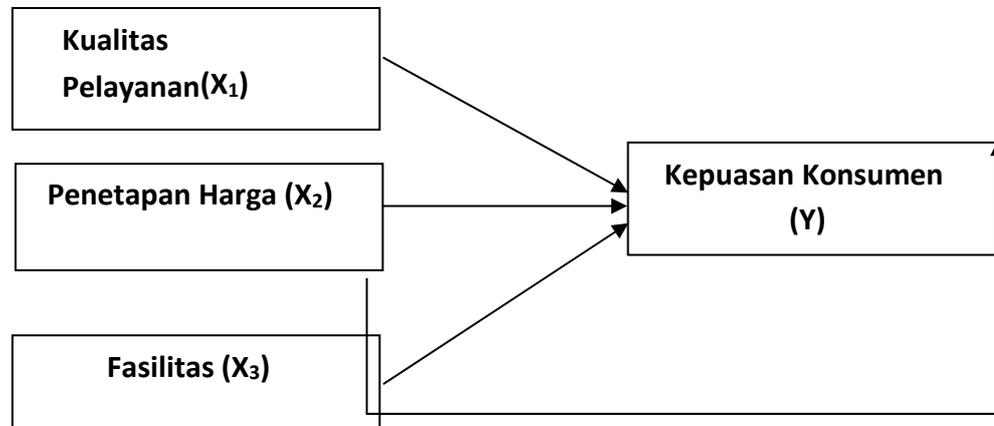
Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajaan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

## **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen dapat diketahui jika konsumen sudah menggunakan suatu jasa. Konsumen dapat mengalami tingkat kepuasan atau tidak puas setelah penggunaan jasa hotel, sesuai dengan tingkat harapan konsumen yang terpenuhi (*Lovelock et al., 2011*). Kepuasan merupakan keadaan emosional atau reaksi setelah pembelian, yang berupa tidak puas, jengkel, gembira ataupun kesenangan (*Kotler & Kellere, 2012*). Jika Konsumen tidak puas, akan berpotensi untuk melahirkan masalah baru, sebab cenderung untuk menyebarkan keadaan emosionalnya (berita negatif) untuk calon konsumen lainnya. Kepuasan konsumen merupakan sebuah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu. (*Lovelock et al., 2011*). Berbagai tingkat kepuasan atau tidak-puas yang dialami konsumen, sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui. *Indikator kepuasan konsumen, menurut Hawkins dan Lonney* dikutip dalam Tjiptono yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi produk, pelayanan oleh karyawan dan fasilitas penunjang.
- 2) Minat berkunjung kembali Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, karna pelayanan yang memuaskan, fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, seperti menyarankan membeli produk karna fasilitas penunjang memadai, karna harga sedikit murah dari yang lain, dan pelayanan yang memuaskan.

## Kerangka Berpikir dan Hipotesis



**Gambar 2.** Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Meva Pratiwi ( 2018 )

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya (Siregar,2013:38). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H2 : Penetapan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H3 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H4 : kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung The Sun Hotel Madiun, sehingga tidak diketahui jumlah populasi secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus rao purba yang diperoleh sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi kuesioner, interview (wawancara), observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang meliputi uji T dan uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Penelitian

#### Uji Validitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Pertanyaan	rhitung	ttabel	Kesimpulan
	X1.1	0,616	0,195	Valid

<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	X1.2	0,749	0,195	Valid
	X1.3	0,701	0,195	Valid
	X1.4	0,776	0,195	Valid
	X1.5	0,640	0,195	Valid
<b>Penetapan Harga (X2)</b>	X2.1	0,577	0,195	Valid
	X2.2	0,728	0,195	Valid
	X2.3	0,930	0,195	Valid
	X2.4	0,861	0,195	Valid
<b>Fasilitas (X3)</b>	X3.1	0,690	0,195	Valid
	X3.2	0,735	0,195	Valid
	X3.3	0,587	0,195	Valid
	X3.4	0,764	0,195	Valid
	X3.5	0,719	0,195	Valid
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	Y1.1	0,660	0,195	Valid
	Y1.2	0,801	0,195	Valid
	Y1.3	0,861	0,195	Valid

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa semua pengujian terhadap soal variabel yaitu variabel kualitas layanan, penetapan harga, fasilitas, kepuasan konsumen menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan memiliki nilai koefisien korelasi (dalam *pearson correlation*)  $> 0,195$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya sebagai data penelitian ini.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3.** Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of item	Keterangan
<b>Kualitas pelayanan</b>	<b>0,720</b>	<b>5</b>	<b>Reliabel</b>
<b>Penetapan Harga</b>	<b>0,790</b>	<b>4</b>	<b>Reliabel</b>
<b>Fasilitas</b>	<b>0,728</b>	<b>5</b>	<b>Reliabel</b>
<b>Kepuasan Konsumen</b>	<b>0,773</b>	<b>3</b>	<b>Reliabel</b>

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, suatu instrumen atau angket dari semua variabel terbukti reliabel, dikarenakan nilai variabel kepuasan konsumen sebesar  $0,773 > 0,70$  yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya.

### Uji Normalitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Normalitas

**One-Sampel Kolmogorov-Smirnov  
Test**

		Kualitas Pelayanan	Penetapan Harga	Fasilitas	Kepuasan Konsumen
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	20,1600	15,6800	20,3700	11,9600
	Std. Deviation	2,29501	2,05913	2,36410	1,44194
Most Extreme Differences	Absolute	,118	,128	,112	,119
	Positive	,118	,138	,112	,119
	Negative	-,112	-,122	-,118	-,121
Test Statistic		,118	,128	,112	,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 <sup>c</sup>	,058 <sup>c</sup>	,178 <sup>c</sup>	,097 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Untuk nilai *Asymp. Sig.* pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar  $0,089 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel kualitas pelayanan berdistribusi normal
- 2) Untuk variabel penetapan harga (X2) sebesar  $0,058 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel penetapan harga berdistribusi normal.
- 3) Untuk variabel fasilitas sebesar  $0,178 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel fasilitas berdistribusi normal.
- 4) Untuk variabel kepuasan konsumen sebesar  $0,097 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel kepuasan konsumen berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinearita  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VI

		F
1	(Constant)	
	Kualitas Pelayanan	6,594
	Penetapan Harga	1,708
	Fasilitas	6,282

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

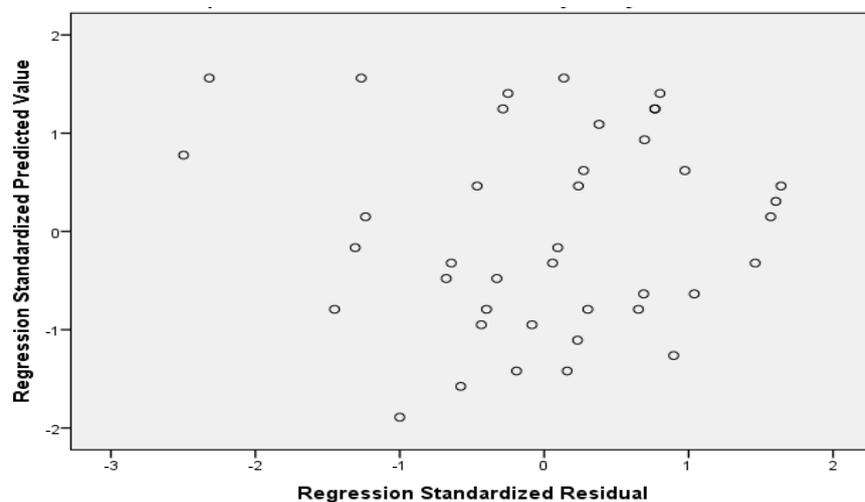
Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwanilai *Tolerance Value* (TV) dan nilai

*Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas yaitu:

- 1) Untuk variabel kualitas pelayanan (X1) nilai *Tolerance Value* (TV) sebesar  $0,152 > 0,01$  nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar  $6,594 < 10$ . Hal ini menunjukkan pada variabel kualitas pelayanan tidak terdapat multikolinearitas
- 2) Untuk variabel penetapan harga (X2) nilai *Tolerance Value* (TV) sebesar  $0,586 > 0,01$  nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar  $1,708 < 10$ . Hal ini menunjukkan pada variabel penetapan harga tidak terdapat multikolinearitas
- 3) Untuk variabel fasilitas (X3) nilai *Tolerance Value* (TV) sebesar  $0,159 > 0,01$  nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar  $6,282 < 10$ . Hal ini menunjukkan pada variabel fasilitas tidak terdapat multikolinearitas

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah jika terjadi homoskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 3.** Hasil Uji Heteroskedastis

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

**Tabel 6.** Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Model	Change Statistics						Durbin-Watson
	R Square Change	Square	F Change	df1	df2	Sig. Change	
1	,870		213,873	3	9	,000	2,136

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) adalah 2,136, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai signifikan 5% jumlah sampel 100 dan jumlah variabel independen 3, sehingga nilai DU sebesar 1,604 (Sumber nilai DU ada di lampiran 12 Durbin Watson). Jadi nilai DW 2,136 lebih besar dari batas atas (DU) yakni 1,604 dan kurang dari (4-du)  $4 - 1,604 = 2,396$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat outokorelasi.

### Analisis Data Deskriptif

Penelitian menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, minimum, dan maksimum. Hasil analisis deskriptif dijabarkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.7** Hasil Deskripsi Data

#### Statistics

		Kualita s Pelayana n	Penetap an Harga	Fasilitas	Kepuasa n Konsum en
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		20,1600	15,6800	20,3700	11,9600
Media n		20,0000	16,0000	20,0000	12,0000
Std. Deviation		2,29501	2,05913	2,36410	1,44194

Minimum	15,00	11,00	15,00	9,00
Maximum	25,00	20,00	25,00	15,00

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Untuk variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai mean sebesar 20,1600, dengan nilai median 20,0000. Untuk nilai standar deviasi sebesar 2,29501 dengan nilai maksimum sebesar 25,00 dan nilai minimum sebesar 15,00.
- 2) Untuk variabel penetapan harga (X2) memiliki nilai mean sebesar 15,6800, dengan nilai median 16,0000. Untuk nilai standar deviasi sebesar 2,05913 dengan nilai maksimum sebesar 20,00 dan nilai minimum sebesar 11,00
- 3) Untuk variabel fasilitas (X3) memiliki nilai mean sebesar 20,3700, dengan nilai median 20,0000. Untuk nilai standar deviasi sebesar 2,36410 dengan nilai maksimum sebesar 25,00 dan nilai minimum sebesar 15,00.
- 4) Untuk variabel kepuasan konsumen (X3) memiliki nilai mean sebesar 11,9600, dengan nilai median 12,0000. Untuk nilai standar deviasi sebesar 1,44194 dengan nilai maksimum sebesar 15,00 dan nilai minimum sebesar 9,00.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 8.** Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,419	,109	,578	3,850	,000
Kualitas Pelayanan	,363	,059		6,109	,000
Penetapan Harga	,237	,034	,339	7,042	,000
Fasilitas	,166	,040	,108	4,171	,000

a. Dependent Variable:

b. Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan garis regresi linier berganda yang

diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

$$\hat{Y} = 0,419 + 0,363X_1 + 0,237X_2 + 0,166X_3 + e_i$$

Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta = 0,419. Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 0,419. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan, penetapan harga, fasilitas, dan  $e_i$  (variabel lain yang tidak diteliti) bernilai konstan (0), maka kepuasan konsumen sebesar 0,419.
- 2) Nilai koefisien  $b_1 = 0,363$ , berarti bahwa apabila nilai variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,363 point.
- 3) Nilai koefisien  $b_2 = 0,237$ , berarti bahwa apabila nilai variabel penetapan harga ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) mengalami peningkatan sebesar 0,237 point.
- 4) Nilai koefisien  $b_3 = 0,166$ , berarti bahwa apabila nilai variabel fasilitas ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) mengalami peningkatan sebesar 0,166 point.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 9.** Tabel Koefisien Determinasi Berganda  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,933 a	,87 0	,866	,52826

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber: Data PrimerDiolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas yaitu dari hasil SPSS 25.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1 yaitu 0,866, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas) terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R_y^2 \times 100\% &= 0,866 \times 100\% \\ &= 86,6\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun secara simultan sebesar 86,6%. sedangkan sisanya yaitu 13,4% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

### Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t Tabel 9. Hasil Analisis Uji t

#### Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,419	,109	,578	3,850	,000
Kualitas Pelayanan	,363	,059		6,109	,000
Penetapan Harga	,237	,034	,339	7,042	,000
Fasilitas	,166	,040	,108	4,171	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis data table di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- (1) Pada variabel kualitas pelayanan (X1) thitung > ttabel yaitu 6,109 > 1,984 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun (Y).
- (2) Pada variabel penetapan harga (X2) thitung > ttabel yaitu 7,042 > 1,984 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya adalah secara parsial variabel penetapan harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun (Y).
- (3) Pada variabel fasilitas (X3) thitung > ttabel yaitu 4,171 > 1,984 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya adalah secara parsial variabel fasilitas (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun (Y).

#### b. Uji F Tabel 10. Hasil

#### Analisis Uji FA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	179,050	3	59,683	213,87	,000
Residual	26,790	96	,279	0	b
Total	205,840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya  $F_{hitung} = 213,870 > F_{tabel} = 2,699$  dengan tingkat signifikansi  $F = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *The Sun Hotel Madiun*

Berdasarkan hasil analisis uji t, pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,109 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Dengan memberikan pelayanan yang baik akan membawa keuntungan yang besar bagi hotel dan Profesionalisme karyawan hotel dalam menangani tamu sangat penting demi membentuk citra yang baik bagi hotel itu sendiri. Dengan adanya pembicaraan dari mulut ke mulut maka secara tidak langsung sudah terjadi promosi terhadap hotel. Dalam hal ini karyawan hotel harus disiplin tinggi serta penuh rasa tanggung jawab dan berpegang teguh pada Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan menerapkan SOP tersebut, akan mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin terjadi. Adanya kualitas pelayanan yang baik, maka dapat memberikan rasa puas kepada konsumen.

Secara teoritik, Menurut Tjptono Kualitas Pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi kebutuhannya. Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Rini Astuti dan Ikhsan Abdullah (2017) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kosumen. Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Raditya Adi Pratama (2012) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kosumen.

## 2. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen The Sun Hotel Madiun

Berdasarkan hasil analisis uji t, pada variabel penetapan harga (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,042 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya adalah secara parsial variabel penetapan harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Harga merupakan salah satu pertimbangan para konsumen dalam memilih kamar di hotel tersebut. Dengan harga sesuai harapan konsumen, maka konsumen tidak perlu ragu melakukan pilihan dalam memilih fasilitas ruangan hotel tersebut dan konsumen akan merasa puas. Harga yang ditetapkan pada dasarnya ditujukan untuk memberi nilai atas produk yang telah diciptakan (Kotler & Kellere, 2012). Penetapan harga yang terjangkau pada usaha hotel merupakan salah satu pertimbangan pengunjung. Hal ini dikarenakan, cukup banyak dari pengunjung yang mempertimbangkan harga dalam memilih hotel. Adanya harga yang terjangkau tentu saja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Secara teoritik, menurut Kotler Harga merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk mempengaruhi dan mengetahui harga relatif mahal dan murah agar konsumen mengetahui apa yang ingin dibeli konsumen. Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Debora Kaharu (2016) menjelaskan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Febri Tri Bramasta Putra (2012) menjelaskan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen The Sun Hotel Madiun

Berdasarkan hasil analisis uji t dapat diketahui bahwa pada variabel fasilitas (X3) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,171 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya adalah secara parsial variabel fasilitas (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun* (Y), sehingga hipotesis ketiga diterima.

Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka

akan semakin puas pelanggandan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Untuk mempertahankan agar tetap *survive* ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Dari aneka makanan,hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas dimata konsumen. Selain itu juga penambahan berbagai perlengkapan ornamen dan fasilitas untuk menunjang kenyamanan agar para tamu betah singgah dihotel tersebut. 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. Untuk itu hotel perlu dalam melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan konsumennya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Adanya fasilitas yang lengkap pada hotel dapat memberikan rasa puas kepada pengunjung hotel tersebut.

**4. Secara teoritik, Menurut Tjiptono untuk tetap bertahan dalam situasi tersebut, perusahaan akan mencari cara yang kreatif melalui pembentukan hubungan yang kolaboratif dengan pelanggan. Fasilitas dianggap sebagai cara yang paling penting dalam membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Murbani Khasanah (2017) menjelaskan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen The Sun Hotel Madiun**

Berdasarkan analisis yang dilakukan diketahui bahwa besarnya  $F_{hitung} = 213,870 > F_{tabel} = 2,699$  dengan tingkat signifikansi  $F = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel Madiun*. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima.

Saat ini banyak para pengusaha menggunakan hotel sebagai bisnis usahanya. Bisnis hotel merupakan bisnis jasa yang menjual segala bntuk akomodasi yang didalamnya terdapat unsur kenyamanan, pelayanan dan berbagai fasilitas yang diperuntukkan bagi mereka yang menghendaki sarana prasarana penginapan untuk kepentingan pekerjaan, keluarga maupun liburan. Berkaitan dengan hal tersebut tentunya hotel merupakan industri pariwisata dimana didalamnya terdapat komponen yang sangat penting yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Maka dari itu kepuasan pelanggan merupakan awal dari keberhasilan suatu bisnis. Dalam

dunia bisnis terutama dalam bisnis hotel, kualitas pelayanan memang sangat diperlukan karena pada dasarnya bisnis hotel merupakan komoditas yang bersumber dari non migas, dimana beberapa tahun terakhir sangat digalakkan peningkatannya.

Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Arya Maman Putra (2011) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara empiris, berdasarkan penelitian oleh Elita Mieke Wijaya (2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai analisis kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas *The Sun Hotel* madiun terhadap kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, penetapan harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen *The Sun Hotel* Madiun.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak hotel, hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama untuk bagian receptionis agar lebih cepat dalam menangani pengunjung.
2. Bagi Konsumen, hendaknya mematuhi semua peraturan yang ditetapkan oleh pihak hotel serta berkenan memberikan saran dan kritik yang bersifat membangun.
3. Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Armana, M. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2015). Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar terhadap Pendapatan Hotel Damai di Singaraja Tahun 2013. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 3(1).
- Buchori Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, CV. Alfabeta, Bandung.
- Hati, S. R. H., Gayatri, G., Lupiyoadi, R., & Safira, A. (2017, November). Which is the Stronger Influence of Voting Intention: Candidate Credibility or Party Credibility?. In *International Conference on Business and Management Research (ICBMR 2017)* (pp. 595-608). Atlantis Press.
- Hendro, Yuwono, Syamswana, Yuwana. (2017) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang". *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Hal 331-346. Vol. 2 No. 1.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 177-188.
- Lovelock, C. E., Adame, M. F., Bennion, V., Hayes, M., O'Mara, J., Reef, R., & Santini, N. S. (2014). Contemporary rates of carbon sequestration through vertical accretion of sediments in mangrove forests and saltmarshes of South East Queensland, Australia. *Estuaries and coasts*, 37(3), 763-771.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pert. Malang: Bayu Media Publishing.