



## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL PONDOK TINGAL DI KABUPATEN MAGELANG

Aryo Prasetyo Wibisono, Imroatul Khasanah<sup>1</sup>

Email : [Aryorasetyo71@yahoo.com](mailto:Aryorasetyo71@yahoo.com)

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*Currently the hotel business competition is very tight, so that the manager of the hotel should be able to provide the best service so that customers are satisfied. Customer satisfaction is the difference between expectations and perceived performance or services. Hotel Pondok Tingal, Jl. Balaputra Dewa 32, Borobudur, Magelang is a hotel that offers many advantages such as a more modern karaoke (computer use). However, the price offered at the hotel is more expensive than in other places, so the impact on the Pondok Tingal visitors in recent years. Based on the data, the Pondok Tingal visitors in 2013 decreased on average 4 person/month with a tendency in the past 4 months has decreased. A decrease is caused by many factors, one of which is a low customer satisfaction. In this study the factors that affect customer satisfaction is analyzed through service quality, price and facility. The purpose of this study was to analyze the impact of service quality, price and facilities on customer satisfaction Hotel Pondok Tingal in Magelang*

*The population in this study is the customer Hotel Pondok Tingal, Jl . Balaputra Dewa 32, Borobudur, in Magelang. The sample in this study was 100 customers. The sampling technique in this study conducted by purposive sampling technique. Data type is primary. Methods of data collection using the questionnaire . The analysis technique used is multiple regression. The results of the analysis using SPSS showed that : Service quality affect on customer satisfaction. Competitive price affect on customer satisfaction. Facility effect on customer satisfaction*

*Keywords: Service Quality, Price, Facility, Customer Satisfaction*

### PENDAHULUAN

Keberhasilan industri pariwisata di Indonesia sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk di dalamnya keberadaan hotel yang merupakan sarana tempat beristirahat bagi para pengunjung baik yang berasal dari mancanegara maupun pengunjung domestik. Dengan demikian kenyamanan para *customer*, sehingga para pengelola hotel harus menciptakan kenyamanan yang sebaik mungkin agar jasa hunian hotel dapat dipertahankan (Widyawati,2008:74).

Bisnis di bidang perhotelan khususnya, merupakan industri jasa yang fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangatlah dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan yang mencakup faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor internal disini merupakan faktor dari dalam hotel itu sendiri yaitu; fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh hotel dan juga kualitas pelayanannya. Salah satu jasa yang diberikan pihak hotel adalah menyediakan karaoke dan resto atau sebagai tempat makan dan minum.

Di Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Magelang banyak didirikan hotel yang memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dapat memuaskan pengunjungnya. Salah satu hotel yang didirikan di Kabupaten Magelang adalah Hotel Pondok Tingal, Jl. Balaputra Dewa No. 32, Borobudur, Kabupaten Magelang. Berdasarkan data, pengunjung Hotel Pondok Tingal tahun 2013 mengalami penurunan rata-rata 4 orang/bulan dengan kecenderungan pada 4 bulan

---

<sup>1</sup> Corresponding author

terakhir mengalami penurunan. Adanya penurunan tersebut disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah kepuasan pelanggan yang rendah.

Berdasarkan hasil komplain dari data Hotel Pondok Tingal beberapa pelanggan mengeluhkan masalah pelayanan Hotel Pondok Tingal. Dari beberapa keluhan pelanggan Hotel, yang terbanyak adalah pada keluhan kamar mahal (4 keluhan), kamar kurang bersih, tidak ada TV (3 keluhan) dan tidak ada breakfast (2 keluhan). Hal ini berdampak pada kepuasan pelanggan yang cenderung turun.

Banyak faktor dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Prasetio (2012), kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan pada penelitian Masruri dan Marliani (2012) dan Haryanto (2013), fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud mengembangkan hasil ketiga peneliti tersebut menjadi topik yang baru.

Kualitas pelayanan merupakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka (Laksana,2008:88). Kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, dkk,2008:176). Agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan (Suharso dan Retnoningsih,2004: 138). Keberadaan fasilitas seperti kotak saran dan keluhan akan membantu pihak pengelola dalam memperoleh informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang pemikiran di atas maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Konsep Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu (Lovelock dan Wright,2007:96). Definisi lain kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau jasa yang dirasakan (Tjiptono,2008:24). Menurut Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui. Hal ini karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian pelanggan dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Pelanggan yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright,2007:102).

Puas tidaknya pelanggan diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller,2009:139).

Walaupun perusahaan yang berpusat pada pelanggan berupaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dengan menurunkan harganya atau meningkatkan jasanya, kemungkinan hasilnya adalah laba yang lebih rendah. Perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan sarana lain daripada meningkatkan kepuasan. Perusahaan memiliki banyak pihak berkepentingan, termasuk karyawan, penyalur, pemasok, dan pemegang saham. Perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller,2009:139).

### **Konsep Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah evaluasi pengamatan jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Lovelock dan Wright, 2007:96). Definisi kualitas pelayanan adalah besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka (Laksana,2008:88), pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja (Kotler dan Keller, 2009:50), sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Lovelock, et all, 2010:154), dan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh (Ratnasari dan Aksa (2011:107).

Kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hubungan internal antara pegawai dengan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pegawai sangat mempengaruhi terhadap persepsi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan (Laksana,2008:95).

Sebelum pelanggan membeli suatu jasa, pelanggan memiliki harapan tentang kualitas pelayanan yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman-pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan penyedia jasa. Setelah membeli dan menggunakan jasa tersebut, pelanggan membandingkan kualitas yang diharapkan dengan apa yang benar-benar diterima (Lovelock dan Wright,2007:97).

Kinerja yang jasa yang mengejutkan dan menyenangkan pelanggan, yang berada di atas tingkat jasa yang diinginkan, akan dipandang memiliki kualitas yang lebih tinggi. Jika penyerahan jasa berada dalam zona toleransi, akan merasa jasa ini memadai. Namun, apabila kualitas yang sebenarnya berada di bawah tingkat jasa yang memadai dengan yang diharapkan pelanggan, perbedaan atau kesenjangan kualitas akan muncul antara kinerja jasa dan harapan pelanggan. Kesenjangan dapat terjadi dalam berbagai bagian kinerja jasa (Lovelock dan Wright,2007:97).

Pelanggan secara langsung atau tidak langsung memberikan penilaian terhadap jasa yang dibeli atau pernah dikonsumsi. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan. Terdapat dua faktor utama yang dijadikan pedoman pelanggan, yaitu : layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (Suryani,2013:89).

Kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu. Apabila kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Sedangkan jika kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan (Ratnasari dan Aksa,2011:107).

Pelanggan ingin agar harapannya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya) (Ratnasari dan Aksa,2011:107).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh (Ratnasari dan Aksa,2011:107). Kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan. Hubungan internal antara pegawai dengan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pegawai sangat mempengaruhi terhadap persepsi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan (Laksana,2008:95). Pelanggan ingin agar harapannya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya) (Ratnasari dan Aksa, 2011:107). Hasil penelitian Sume (2007), Lubis dan Martin (2009), Lailia, dkk (2012), Masruri dan Marliani (2012), Prasetio (2012) dan Haryanto (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Konsep Harga**

Harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, dkk,2008:176). Konsep lain harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono,2008:151). Menurut Ginting (2012:10), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Daryanto (2013:62) mendefinisikan harga jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.

Agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat dirubah dengan cepat (Tjiptono,2008:151).

Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi (Tjiptono,2008:152).

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk (Ginting,2012:10). Agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat dirubah dengan cepat (Tjiptono, 2008:151). Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi (Tjiptono,2008:152). Hasil penelitian Lubis dan Martin (2009), Masruri dan Marliani (2012), Prasetio (2012) dan Haryanto (2013) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Konsep Fasilitas**

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk masyarakat (Suharso dan Retnoningsih,2004:138). Definisi lain fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut (Haryanto,2013:752).

Fasilitas umum dan fasilitas sosial adalah milik bersama yang harus dijaga dan dirawat dengan baik agar bisa selalu dimanfaatkan secara maksimal untuk jangka panjang. Warga masyarakat dapat saling bahu-membahu untuk membangun dan atau memperbaiki fasum fasos sendiri jika memang sangat diperlukan tanpa bergantung kepada pemerintah. Tanpa adanya fasilitas umum dan fasilitas sosial yang memadai akan membuat hidup menjadi lebih sulit. Beberapa bentuk fasilitas tersebut adalah sekolah, klinik, tempat ibadah, jalan dan alat penerangan umum (Haryanto,2013:752).

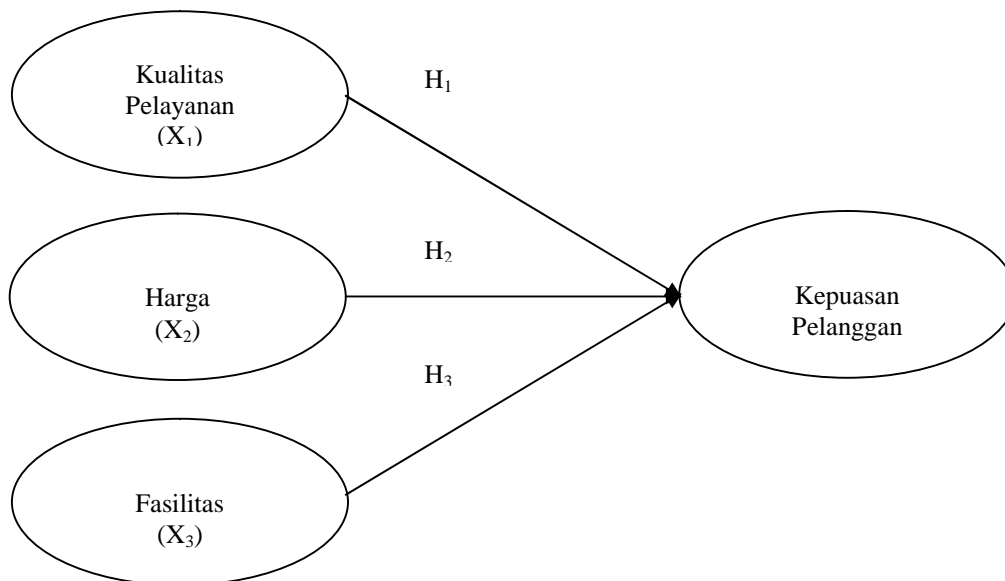
Fasilitas umum maupun fasilitas sosial buatan pemerintah yang dirusak orang-orang yang tidak bertanggung jawab akan merugikan masyarakat secara umum. Fasum dan fasos yang disediakan oleh pemerintah dibiayai oleh dana yang sebagian besar didapat dari pajak dan retribusi. Pajak dan retribusi dikumpulkan oleh pemerintah dari masyarakat, sehingga fasilitas umum dan fasilitas sosial merupakan milik masyarakat umum (Haryanto,2013:752).

### Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan (Suharso dan Retnoningsih,2004:138). Keberadaan fasilitas seperti kamar kecil, cafe, ruang ganti akan membuat pelanggan merasa senang dan nyaman. Dengan demikian, pelanggan tidak merasa bingung untuk mencari apa yang dibutuhkannya. Fasilitas yang semakin baik dari pihak pengelola dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Masruri dan Marliani (2012) serta Haryanto (2013) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

### Kerangka Pemikiran



Sumber: Masruri dan Marliani (2012)

### Hipotesis

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

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub> : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### METODE PENELITIAN

#### Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Fasilitas (X<sub>3</sub>); dan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Pondok Tingal, Jl. Balaputra Dewa No. 32, Borobudur, di Kabupaten Magelang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Hotel Pondok Tingal, Jl. Balaputra Dewa No. 32, Borobudur, di Kabupaten Magelang.

Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel yang dapat diperlukan dicari dengan rumus (Siregar,2013:34):

$$n = 1/4 \left| \frac{1,96}{E} \right|^2$$

Keterangan :

n = sampel

$\alpha$  = 0,05 maka Z = 1,96

E = Tingkat kesalahan. Dalam penelitian ini E ditetapkan sebesar 10 %

Sehingga n yang dihasilkan adalah :

$$n = 1/4 \left| \frac{1,96}{0,1} \right|^2$$

$$n = 96,04$$

Atas dasar perhitungan diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Agar penelitian ini fit, maka diambil sampel sebanyak 100 pelanggan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *nonprobability*. Sedangkan jenis sampel *nonprobability* yang dipilih adalah teknik *purposive sampling* (sampling dengan kriteria). *Purposive Sampling* adalah metode penetapan responden untuk dijadikan sample berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Siregar,2013:33). Kriteria tertentu tersebut adalah :

1. Pengunjung Hotel Pondok Tingal, Jl. Balaputra Dewa No. 32, Borobudur, di Kabupaten Magelang minimal 1 x.
2. Pengunjung yang berumur minimal 17 tahun atau yang sudah pernah menikah, karena dianggap mampu mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan tindakan, salah satunya menginap di hotel.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini sumber data tersebut berasal dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan pelanggan yang diperoleh melalui kuesioner tentang kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Pertanyaan/ Pernyataan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

Dalam penelitian ini, skala Likert tersebut menggunakan kriteria (Siregar,2013: 26) :

- |                        |                                  |     |
|------------------------|----------------------------------|-----|
| a. Untuk jawaban "STS" | sangat tidak setuju diberi nilai | = 1 |
| b. Untuk jawaban "TS"  | tidak setuju diberi nilai        | = 2 |
| c. Untuk jawaban "N"   | netral diberi nilai              | = 3 |
| d. Untuk jawaban "S"   | setuju diberi nilai              | = 4 |
| e. Untuk jawaban "SS"  | sangat setuju diberi nilai       | = 5 |

Dalam penentuan skala, maka digunakan skala pengukuran atau rentang skala. Rentang skala adalah acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono,2012:132). Sedangkan penentuan rentang skala tersebut adalah (Umar,2013:164) :

$$RS = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Standar untuk kategori lima kelas tersebut adalah (Umar,2013:164):

$$1,00 - 1,80 = \text{sangat jelek}$$

1,81	–	2,60	=	jelek
2,61	–	3,40	=	cukup jelek
3,41	–	4,20	=	baik
4,21	–	5,00	=	sangat baik

### Metode Analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari berbagai analisis pengujian yaitu **Uji instrumen** yang dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas; dan **Uji Asumsi Klasik** yang terdiri dari (Ghozali,2009:95) Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas

### Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali,2009:86) dengan rumus:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Pelanggan
b <sub>0</sub>	=	Konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub>	=	Koefisien Regresi
X <sub>1</sub>	=	Kualitas Pelayanan
X <sub>2</sub>	=	Harga
X <sub>3</sub>	=	Fasilitas
e	=	error

### Goodness of Fit

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana Ho ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai statistiknya berada dalam daerah dimana Ho diterima (Ghozali,2009:87).

Untuk mengetahui fungsi regresi tersebut telah memenuhi unsur *goodness of fit*, maka dapat dilihat dari koefisien determinasi dan Uji – F

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Obyek Penelitian

#### Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan dari pengelompokkan responden menurut jenis kelamin memberi gambaran bahwa pelanggan pria maupun wanita cukup tertarik untuk datang berkunjung atau menginap di Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase responden pria sebesar 52,0%, dan tidak berselisih jauh dengan persentase responden wanita yang sebesar 48,0%.

#### Karakteristik Pendidikan Responden

Berdasarkan tingkat pendidikan yang ditempuh para responden memperlihatkan bahwa sebagian besar pelanggan yang sering datang ke Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang adalah pelanggan berpendidikan perguruan tinggi yang dapat diketahui dari persentase responden yang lebih dominan sebesar 51,0%. Hal ini dapat terkait dengan persepsi pelanggan terhadap Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, yaitu bisa menumbuhkan prestise tersendiri apabila dapat menginap di hotel tersebut, sehingga hal inilah yang membuat pelanggan berpendidikan tinggi lebih banyak yang datang untuk menginap di Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

### **Karakteristik Pekerjaan Responden**

Pelanggan yang memiliki latar belakang karyawan swasta lebih banyak yang datang di Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, yang dapat diketahui dari persentase responden sebesar 48,0%. Hal ini karena para karyawan swasta menjadikan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang sebagai tempat menginap ketika sedang berlibur atau ketika mendapatkan tugas di sekitar di Kabupaten Magelang. Pemilihan ini juga dapat didasari karena tempatnya yang dengan lokasi Candi Borobudur sehingga bisa sekaligus refreshing.

### **Karakteristik Umur Responden**

Hasil pengelompokan responden menurut umur menunjukkan bahwa pelanggan yang sering datang ke Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang berasal dari pelanggan berumur 31 sampai 40 tahun, dengan persentase responden sebesar 49,0%. Lebih tingginya keinginan pelanggan berumur 31 sampai 40 tahun untuk datang ke Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang bisa disebabkan karena menyukai lokasinya yang asri dekat dengan wisata Candi Borobudur sehingga sangat sesuai untuk menginap bagi seluruh anggota keluarga.

### **Analisa Data**

#### **Analisis Deskriptif Variabel**

Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

#### **Variabel Kualitas Pelayanan**

Hasil jawaban responden menghasilkan nilai indeks sebesar 69,88 dan termasuk kategori sedang. Pada penilaian responden di setiap item pertanyaan memperlihatkan bahwa nilai indeks untuk kamar dan ruang tamu yang disediakan Hotel Pondok Tingal nyaman sebesar 67,00 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menggambarkan kondisi kamar dan ruang tamu sudah berupaya ditata dengan baik tetapi masih kurang sesuai dengan keinginan pelanggan. Nilai indeks untuk karyawan Hotel Pondok Tingal mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara akurat sebesar 73,80 dan termasuk kategori tinggi. Penilaian ini menunjukkan bahwa para karyawan cukup menguasai bidang tugas kerja masing – masing sehingga mampu memberikan jawaban yang tepat kepada pelanggan seputar pelayanan yang diberikan oleh Hotel and Resto Pondok Tingal. Nilai indeks untuk karyawan mau menyapa setiap pelanggan yang memasuki lokasi Hotel Pondok Tingal sebesar 67,60 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan keinginan untuk menyapa para pelanggan yang ditunjukkan oleh para karyawan belum terlalu tinggi.

Nilai indeks untuk karyawan Hotel Pondok Tingal berlaku sopan kepada setiap pelanggan sebesar 73,60 dan termasuk kategori tinggi. Penilaian ini menunjukkan para karyawan mampu menunjukkan sikap dan perilaku yang baik ketika bertemu dengan para pelanggan. Nilai indeks untuk karyawan Hotel Pondok Tingal memahami kebutuhan pelanggan sebesar 67,40 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan para karyawan memiliki tingkat pemahaman yang belum terlalu tinggi terhadap kebutuhan masing – masing para pelanggan.

#### **Variabel Harga**

Hasil jawaban responden menghasilkan nilai indeks sebesar 67,13 dan termasuk kategori sedang. Pada penilaian responden di setiap item pertanyaan memperlihatkan bahwa nilai indeks untuk harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel Pondok Tingal terjangkau sebesar 67,20 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa para pelanggan masih cukup mengeluarkan uang agar bisa menjangkau tarif menginap di Hotel Pondok Tingal. Nilai indeks untuk harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel Pondok Tingal bersaing dengan hotel di tempat lain sebesar 67,60 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa kemampuan bersaing dari segi harga belum terlalu tinggi. Nilai indeks untuk harga Hotel Pondok Tingal sesuai dengan pelayanan yang diberikan sebesar 66,60 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa ada beberapa pelayanan yang sebanding dengan tarif yang harus dibayar, tetapi ada juga bentuk pelayanan yang belum sesuai dengan tarif yang harus dibayar pelanggan.



### Variabel Fasilitas

Hasil jawaban responden menghasilkan nilai indeks sebesar 68,75 dan termasuk kategori sedang. Pada penilaian responden di setiap item pertanyaan memperlihatkan bahwa nilai indeks untuk Hotel Pondok Tingal menyediakan *paint ball* yang menarik yaitu arena menembak yang pistolnya menggunakan cat sebesar 73,80 dan termasuk kategori tinggi. Penilaian ini menunjukkan adanya persepsi yang baik para pelanggan terhadap fasilitas *point ball* yang merupakan jenis permainan yang sedang digemari oleh sebagian masyarakat modern sekarang ini. Nilai indeks untuk Hotel Pondok Tingal menyediakan museum wayang sebagai tempat untuk melestarikan budaya nusantara sebesar 67,20 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa fasilitas museum wayang terdapat di Hotel Pondok Tingal masih terbatas. Nilai indeks untuk Hotel Pondok Tingal menyediakan sanggar tari agar pengunjung hotel bisa menikmati seni tari dan bahkan mempelajarinya sebesar 67,40 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa fasilitas sanggar tari yang ada di Hotel Pondok Tingal juga masih terbatas. Nilai indeks untuk Hotel Pondok Tingal menyediakan pendopo untuk ruang meeting tamu yang cukup luas sebesar 66,60 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa fasilitas pendopo yang disediakan hanya mampu menampung dalam jumlah tertentu bagi para pelanggan yang ingin mengadakan meeting.

### Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil jawaban responden menghasilkan nilai indeks sebesar 67,33 dan termasuk kategori sedang. Pada penilaian responden di setiap item pertanyaan memperlihatkan bahwa nilai indeks untuk pelayanan Hotel Pondok Tingal sesuai dengan harapan sebesar 67,00 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa dari pelayanan yang diberikan oleh Hotel Pondok Tingal ada yang sesuai harapan tetapi juga ada yang belum sesuai dengan harapan para pelanggan. Nilai indeks mengenai sering menggunakan jasa Hotel Pondok Tingal sebesar 67,60 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan bahwa para pelanggan masih jarang menginap di Hotel and Resto Pondok Tingal. Nilai indeks mengenai bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa Hotel Pondok Tingal sebesar 67,40 dan termasuk kategori sedang. Penilaian ini menunjukkan meskipun ada keinginan untuk menginformasikan mengenai Hotel Pondok Tingal, tetapi belum ditunjukkan dengan aktif mempengaruhi dan mengajak orang lain untuk datang di Hotel Pondok Tingal tersebut.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk melihat apakah kuesioner dari masing-masing variabel sah dan handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

#### Uji Validitas

Hasil nilai korelasi jawaban responden dengan nilai total jawaban pada masing-masing variabel menghasilkan nilai yang signifikan yaitu  $\text{sig.} < 0,05$ , sehingga kuesioner yang digunakan variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

#### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar atau di atas 0,60, yang menunjukkan kuesioner dari variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel atau handal.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan terhadap penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi berganda menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal sesuai uji grafik histogram dan uji grafik normal P – P Plot. Sementara itu tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

## Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linear regresi berganda antara variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

$$Y = 0,255 X_1 + 0,280 X_2 + 0,422 X_3$$

Persamaan linear tersebut memiliki arti sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan ( $b_1$ ) = 0,255. Hasil positif yang didapat menunjukkan bahwa adanya peningkatan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Harga ( $b_2$ ) = 0,280. Hasil positif yang didapat menunjukkan bahwa adanya harga yang lebih kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Fasilitas ( $b_3$ ) = 0,422. Hasil positif yang didapat menunjukkan bahwa adanya peningkatan fasilitas maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## Goodness Of Fit

Uji *goodness of fit* digunakan untuk mengetahui kelayakan atau kebaikan model regresi yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian menggunakan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,843. Hal ini berarti sebesar 84,3% ( $0,843 \times 100\%$ ) variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Sementara sebesar 15,7% ( $100\% - 84,3\%$ ) kepuasan pelanggan dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Sementara itu sesuai dengan uji – F dihasilkan nilai sebesar 177,870 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Dengan hasil ini maka model regresi yang digunakan fit atau baik.

## Pengujian Hipotesis

Berdasarkan dari hasil uji – t maka dapat dilakukan pembuktian hipotesis sebagai berikut.

1. Hasil uji parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mendapatkan nilai sebesar 2,363 dengan sig.  $0,020 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan mendapatkan nilai sebesar 2,706 dengan sig.  $0,008 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. Hasil uji parsial antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan mendapatkan nilai sebesar 4,694 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## Intepretasi

Intepretasi dalam penelitian ini akan membahas tentang hasil uji statistik regresi antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

### Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, dengan didapat hasil uji – t sebesar 2,363 dan sig.  $0,020 < 0,05$ . Hasil ini dapat diartikan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Menurut Kotler dan Keller (2009:50), kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja.

Kualitas pelayanan yang diperlihatkan oleh Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang dapat terlihat dari berbagai persepsi yang diberikan para pelanggan terhadap indikator dari kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini. Para pelanggan memberikan persepsi atau penilaian sedang mengenai kondisi kamar dan ruang tamu yang disediakan Hotel Pondok Tingal nyaman, yang didasari karena setiap kamar memang tersedia AC tapi masih kurang dingin, beberapa ruangan di Hotel masih kurang terjaga kebersihannya, dan terdapat ruang tamu yang disediakan bagi para pelanggan yang menginap untuk menerima

tamu tetapi tempatnya masih kurang luas. Disisi lain para pelanggan memberikan persepsi yang baik terhadap karyawan Hotel Pondok Tingal mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara akurat. Penilaian sedang kembali diberikan mengenai karyawan mau menyapa setiap pelanggan yang memasuki lokasi Hotel Pondok Tingal.

Persepsi yang baik diberikan kembali oleh para pelanggan mengenai karyawan Hotel Pondok Tingal berlaku sopan kepada setiap pelanggan, yaitu bertutur kata secara baik, menunjukkan sikap yang ramah, dan menghormati para pelanggan. Penilaian sedang diberikan terhadap karyawan Hotel Pondok Tingal memahami kebutuhan pelanggan, yaitu karyawan hanya terfokus pada pemenuhan kebutuhan kamar, sementara untuk pemenuhan kebutuhan lain masih kurang tanggap dan cenderung melakukan tindakan setelah diminta oleh para pelanggan.

Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Sume (2007), Lubis dan Martin (2009), Winahyuningsih (2009), Lailia, dkk (2012), Masruri dan Marliani (2012), Prasetio (2012), Haryanto (2013), Sachro and Pudjiastuti (2013) yang menemukan bukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak mendukung penelitian Ikasari, dkk (2013) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Harga Kompetitif Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian hipotesis membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, dengan didapat hasil uji - t sebesar 2,706 dan sig.  $0,008 < 0,05$ . Hasil ini dapat diartikan dengan harga yang lebih kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

Persepsi para pelanggan terhadap kebijakan harga yang diterapkan oleh Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang dapat dilihat dari penilaian sedang terhadap harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel Pondok Tingal terjangkau yaitu untuk tarif saat ini masih cukup mahal sehingga perlu disesuaikan kembali, selain itu belum ada pemberian harga khusus yang lebih murah kepada pelanggan dan belum sering memberi diskon. Penilaian sedang juga diberikan mengenai harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel Pondok Tingal bersaing dengan hotel di tempat lain, yaitu karena tarif masih berbeda jauh dengan hotel lain yang lokasinya dekat dengan Hotel Pondok Tingal. Penilaian sedang juga diberikan mengenai harga kamar dan Hotel Pondok Tingal sesuai dengan pelayanan yang diberikan, yaitu belum terlalu sebanding dengan pelayanan kamar dan fasilitas yang diberikan, karyawan masih kurang cepat tanggap memenuhi kebutuhan pelanggan, dan belum terlalu sebanding dengan nilai pelayanan yang diberikan seperti menyediakan breakfast kepada pelanggan.

Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Lubis dan Martin (2009), Masruri dan Marliani (2012), Prasetio (2012), Haryanto (2013), yang menemukan bukti bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak mendukung penelitian Lailia, dkk (2012) yang membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian hipotesis membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, dengan didapat hasil uji - t sebesar 4,694 dan sig.  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini dapat diartikan dengan fasilitas yang lebih baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

Persepsi para pelanggan fasilitas Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang dapat dilihat dari persepsi yang baik terhadap Hotel Pondok Tingal. Sementara itu penilaian sedang diberikan terhadap Hotel Pondok Tingal yang menyediakan museum wayang sebagai tempat untuk melestarikan budaya nusantara. Hal ini didasari karena terdapat museum wayang tetapi koleksinya masih terbatas dan pagelaran wayang yang belum sering digelar. Penilaian sedang juga diberikan terhadap Hotel Pondok Tingal yang menyediakan sanggar tari agar pengunjung hotel bisa menikmati seni tari dan bahkan mempelajarinya. Hal ini karena terdapat sanggar tari tetapi masih kurang dipublikasikan kepada pelanggan dan masyarakat luas, pagelaran seni tari juga masih kurang sering digelar, dan perlu pengelolaan yang lebih profesional bukan sekedar

menghibur para pengunjung. Penilaian yang sedang kembali diberikan mengenai Hotel Pondok Tingal menyediakan pendopo untuk ruang meeting tamu yang cukup luas, karena hanya mampu menampung dalam jumlah yang terbatas, dan dengan desain pendopo saat ini masih kurang maksimal didalam menampung jumlah tamu yang akan melakukan meeting.

Hasil penelitian yang didapat mendukung penelitian Masruri dan Marliani (2012), Haryanto (2013), yang menemukan bukti bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

## KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Disamping itu melalui harga yang lebih kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Sementara itu, adanya fasilitas yang lebih baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang.

Penelitian yang dilakukan ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu lokasi penelitian sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan pada ruang lingkup di Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang. Disamping itu juga terlihat bahwa pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sangat besar, tetapi tidak mutlak, yang berarti masih terdapat variabel lain yang turut berperan didalam menentukan kepuasan pelanggan.

## REFERENSI

- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. **Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global**. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto. 2013. **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran**. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2009. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Cetakan 2. Yrama Widya. Bandung.
- Haryanto, Edy. 2013. "Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado". **Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Akuntansi**. Vol. 1. No. 3. September 2013. Hal. 750 – 760. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Ikasari, Ajeng Utami, Sri Suryoko dan Sendhang Nurseto. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang)". **Diponegoro Journal Of Social and Politic**. Tahun 2013. Hal. 1 – 8. UNDIP. Semarang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Laksana, Fajar. 2008. **Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis**. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lailia Q., Nimas, Sri Surjoko dan Saryadi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center". **Diponegoro Journal of Social and Politic**. Hal. 1 – 8. Universitas Diponegoro. Semarang.



- Lovelock, Christopher H. Dan Lauren K. Wright. 2007. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Lubis, Arlina Nurbaity dan Martin. 2009. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Deli Medan”. **Jurnal Manajemen Bisnis**. Vol. 2. No. 1. Januari 2009. Hal. 21 – 24. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Masruri, Muhammad dan Marliani. 2012. “Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Fasilitas, Kualitas dan Harga (Studi pada Nasabah Koperasi Karyawan PT. Djarum Kudus)”. **Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis**. 26 Mei 2012. Hal. 247 – 254. Universitas Muria Kudus. Kudus.
- Prasetio, Ari. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. **Management Analysis Journal 1**. Hal. 1 – 6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sachro and Sri Rahayu Pudjiastuti. 2013. “The Effect Service Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Argo Bromo Anggrek Train Jakarta – Surabaya in Indonesia”. **Journal of Business and Management**. Vol. 12. No. 1. page 33 – 38. STIE Adhy Niaga. Bekasi. Jawa Barat.
- Siregar, Syofian. 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS**. Edisi Pertama. Cetakan ke 1. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sume, Syahlan A. 2007. “Analisis Lokasi Perusahaan dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus pada PT. Hotel Salak”. **Jurnal Ilmiah Ranggagading**. Vol. 7. No. 2. Oktober 2007. Hal. 138 – 142. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Kesatuan Bogor. Bogor.
- Suryani, Tatik. 2013. **Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran**. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III. Andi. Yogyakarta.
- Winahyuningsih, Panca. 2009. “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus”. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**. Hal. 1 – 17. Universitas Muria. Kudus.