

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL PANDANARAN SEMARANG**

Penyusun : Dias Widyarto

Nim : D2D604195

Program Studi : Administarsi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1

Semarang, Desember 2012

Dekan
Akademis

Pembantu Dekan Bidang

Drs. Agus Hermani DS, MM
NIP.19570807 198511 1 100

Drs. Herbasuki Nurcahyanto, M.T
NIP. 19600318 198710 1 001

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si (.....)
NIP. 19580324 198803 1 001

2. Dra. Reni Shinta Dewi. S.Sos, MSi (.....)
NIP. 19760330 200312 2 001

Dosen Penguji :

1. Dra. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB (.....)
NIP. 19780605 200312 2 003

2. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si (.....)
NIP. 19580324 198803 1 001

3. Dra. Reni Shinta Dewi. S.Sos, MSi (.....)
NIP. 19760330 200312 2 001

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN STUDY PADA HOTEL PANDANARAN SEMARANG**

Dias Widyarto¹, Wahyu Hidayat², Reni Shinta Dewi³

Abstract

Development of service industries, especially the hospitality industry today is one business that began in great demand by investors in Indonesia. With the improving economic growth and make the hotel business is not only to meet the accommodation needs of tourists, but also used as a lobby, parties, weddings, seminars and accommodation both business and government activities. For any guests or customer service quality factor, and price become the benchmark in customer satisfaction. The existence of good service, and the appropriate price will have an impact on customer satisfaction made. Good customer satisfaction will impact on hotel room occupancy rate increased. This study aimed to determine how much influence the service quality, and price to customer satisfaction on Hotel Pandanaran Semarang either partially or simultaneously. This type of study is explanatory research. Data collecting technique using questionnaire distributed to 100 respondents as service users of Hotel Pandanaran Semarang. Sampling technique using purposive sampling. Data analysis technique using linear regression analysis. The research suggests that company should improvement of service quality in terms of the skills of the employee in completing the work by conducting training. In terms of price to be adjusted between room rates, room types and amenities. In terms of customer satisfaction should be augmented security personnel to enhance the sense of security and comfort increase

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

Abstraksi

Perkembangan industri jasa khususnya industri perhotelan saat ini merupakan salah satu bisnis yang mulai banyak diminati oleh para investor di Indonesia. Dengan mulai membaiknya pertumbuhan ekonomi dan bisnis membuat hotel tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan akomodasi para wisatawan saja tetapi juga digunakan sebagai tempat melobi, pesta, pernikahan, seminar dan akomodasi baik pelaku bisnis maupun kegiatan instansi pemerintah. Bagi setiap tamu atau Konsumen faktor kualitas pelayanan dan harga menjadi tolak ukur dalam kepuasan konsumen. Adanya pelayanan yang baik, harga yang sesuai dan kepuasan Konsumen yang baik akan berdampak pada kepuasan yang dilakukan konsumen. Kepuasan Konsumen yang baik akan berimbas pada meningkatnya tingkat hunian kamar hotel. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Pandanaran Semarang baik secara parsial maupun simultan. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna jasa Hotel Pandanaran Semarang. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear. Saran yang dapat disampaikan adalah perusahaan perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya dalam hal ketrampilan para pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan dengan cara mengadakan diklat. Dalam segi

harga perlu disesuaikan antara harga kamar,type kamar & fasilitasnya. Dalam hal kepuasan Konsumen perlu ditambah personel keamanan untuk meningkatkan rasa keamanan & kenyamanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

¹Dias Widyarto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,

² Wahyu Hidayat, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,

³ Reni Shinta Dewi, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha membuat persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk/jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan (*service quality*) penentuan harga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis saat ini.

Kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan yang mereka dapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Pelayanan mempunyai tolok ukur kepada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau outcome yang sama bahkan melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen, (Ahmad Mardhalis 2005 : 114).

Harga merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan yang sangat penting karena harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua biaya atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Jika harga-harga ditetapkan terlalu tinggi maka akan berakibat kurang menguntungkan bagi perusahaan. Harga yang sesuai akan memberikan keuntungan terhadap konsumen maupun perusahaan. Dengan demikian keuntungan bagi perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dan akan membawa pengaruh pada tingkat pendapatan maka dengan harga yang tepat dan terjangkau akan dapat memberikan tingkat kepuasan yang berlebih kepada konsumen.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi perawatan ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta dapat

menguntungkan perusahaan. Guna mempertahankan para konsumen maka pihak perusahaan harus semaksimal mungkin memberikan kepuasan yang juga maksimal bagi para konsumennya. Karena sebagai perusahaan jasa, kepuasan konsumen merupakan hal utama yang harus diberikan perusahaan.

Perhotelan sebagai salah satu organisasi jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, juga perlu melakukan evaluasi atas kualitas pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumennya. Perhotelan adalah suatu usaha untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya, serta produk-produk yang tidak nampak seperti keramahan, kenyamanan, keamanan, dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra hotel di mata konsumennya. Keberhasilan perusahaan-perusahaan dalam bisnis jasa (*services*) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel, yang memberikan pelayanan dan tamu hotel, yang menerima pelayanan. Dalam peraturan perusahaan hotel di Indonesia Surat Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No SK 24/H/70 Tahun 1970 tentang hotel tercantum batasan hotel adalah perusahaan akomodasi dan menyajikan hidangan serta fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum dan akomodasi, sanitasi, estetika, keamanan, dan ketentraman secara umum dapat menjamin adanya ketenangan pribadi untuk para tamu hotel.

Sebagai industri yang bergerak dalam bidang jasa, industri perhotelan di wilayah Semarang juga tidak dapat lepas dari kondisi persaingan yang ketat untuk memperebutkan pasar. Hotel Pandanaran Semarang merupakan salah satu hotel berbintang yang ada di Semarang. Maju mundurnya Hotel Pandanaran sangat dipengaruhi oleh bagaimana tim manajemen menjalankan roda operasinya. Kebijakan penentuan harga dan kebijakan pelayanan adalah suatu yang mutlak dilakukan oleh perusahaan jasa. Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah dan terus berusaha agar tetap dapat menunjukkan keberhasilannya dipasaran. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka akan sangat berpengaruh juga terhadap menurunnya tingkat kepuasan konsumen yang pada akhirnya para konsumen akan berpindah ke hotel lain. Ketidakpuasan konsumen diduga karena pelayanan dan harga yang diberikan belum sesuai yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen berpindah ke hotel lainnya dengan alasan masih adanya kekurangan dalam penyelenggaraan aktivitas pelayanan dan harga yang kurang bersaing yang diberikan oleh Hotel Pandanaran. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Pandanaran Semarang.

Tujuan mengadakan penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Berkaitan dengan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah (a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang, (b) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan Hotel Pandanaran Semarang, (c) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang.

Kajian Teori

Menurut Elhaitanny dalam Fandy Tjiptono (2006:66) pelayanan adalah suatu sikap dengan atau cara pengelola dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk tumbuh. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1997:12–40) melakukan penelitian khusus terhadap jenis jasa dan mengidentifikasi lima faktor utama yang menentukan Kualitas pelayanan yang meliputi:

1. Tampilan Fisik (*Tangibles*)

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa seperti fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, alat-alat yang digunakan untuk menyediakan layanan, *representative* fisik, dari layanan serta fasilitas – fasilitas layanan untuk keperluan pelayanan.

2. Kepercayaan (*Reliability*)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan kinerja harus sesuai harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Suatu kebijaksanaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam Kualitas pelayanan.

4. Kepastian (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

5. Perhatian Individual (*Empathy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian dalam memahami kebutuhan setiap pelanggan.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain (Nitisemito, 1981:55). Pengertian lain menyebutkan bahwa harga yaitu jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat, memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 1997:339). Harga suatu produk

mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan, sehingga mempengaruhi volume penjualan; dan salah satu pendorong utama seseorang membeli dan menggunakan produk atau jasa adalah karena kualitas riil dan harga dari barang atau jasa tersebut (Djarmiko, 2005 : 33). Keputusan penetapan harga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dapat dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra serta dapat memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas (Lupiyoadi, 2001 : 86). Pada umumnya, perusahaan mempunyai beberapa tujuan dalam menetapkan harga produknya (Swastha dan Irawan, 1994 : 242), yaitu:

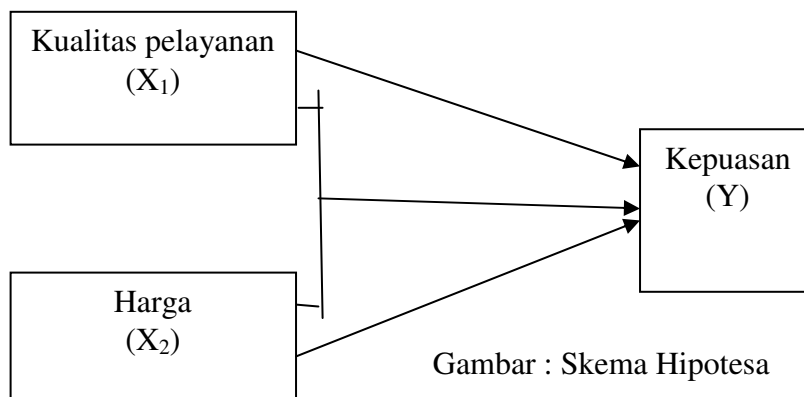
- 1) Meningkatkan penjualan.
- 2) Mempertahankan dan memperbaiki market share.
- 3) Mencapai target pengembalian investasi.
- 4) Mencapai laba maksimal.

Menurut Oliver dalam J. Supranto, (2006: 233). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan.

Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang.
- 2) Terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang.
- 3) Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang.



Metode

Dalam penelitian ini menggunakan tipe *Explanatory Research* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta hubungan antara 1 (satu) variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 1999 : 10). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh dari 1 (satu) variabel terhadap variabel lainnya, untuk menguji hipotesis yang diajukan (diterima / ditolak). Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Pandanaran Semarang. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang menginap di Hotel Pandanaran Semarang saat penelitian dilaksanakan. sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang. Persyaratan yang dapat diambil sebagai responden adalah konsumen yang menginap di Hotel Pandanaran Semarang laki-laki dan perempuan yang telah berumur 30 tahun atau lebih (karena sudah dianggap sudah mapan) yang pernah menginap di Hotel Pandanaran Semarang minimal 3 kali pada waktu yang berbeda dengan biaya sendiri, dengan melihat data base pelanggan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan berbagai tujuan atau pertimbangan tertentu. Dengan cara menanyakan kepada setiap konsumen yang ditemui ketika menginap, cara seperti ini dilakukan sampai jumlah responden terpenuhi.

Dalam penelitian ini akan digunakan *skala likert* (Sugiyono, 2004 : 86) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert

mempunyai interval 1 – 5. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Metode pengolahan data diawali dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi, dan analisa regresi berganda, dengan alat bantu program SPSS 13 *for Windows*. Uji signifikansi menggunakan uji t dan uji f.

Hasil

Kualitas pelayanan Hotel Pandanaran Semarang berjalan dengan baik dan lancar sehingga konsumen puas terhadap pelayanan Hotel Pandanaran Semarang. Hal ini didukung dengan Sebagian besar responden yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan baik yaitu sebesar 54% responden.

Harga yang diberikan oleh Hotel Pandanaran sudah sesuai dengan standart kualitas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen merasa puas dalam menginap di Hotel Pandanaran Semarang. Hal ini didukung dengan sebagian besar responden mengenai harga pada Hotel Pandanaran Semarang berpendapat sesuai sebesar 61% responden.

Penilaian sebagian responden mengenai kepuasan Hotel Pandanaran Semarang tergolong memuaskan. Hal ini ditunjukkan dengan sebagian responden berpendapat sebesar 60% responden. Dengan jumlah prosentase tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen Hotel Pandanaran Semarang memiliki kepuasan yang tinggi dengan pelayanan yang berkualitas dan harga yang sesuai.

Rekapitulasi Perhitungan Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Harga terhadap Kepuasan konsumen

Pengaruh	Konstanta	Koefisien Regresi	R	R Square	Adjusted R Square	T Hitung	F Hitung	Sig
$X_1 \rightarrow Y$		0,063				4,647		
$X_2 \rightarrow Y$	0,879	0,626	0,892	0,795	0,791	9,208	188,660	0,00

Sumber : Data primer yang diolah 2012

Berdasarkan tabel rekapitulasi diketahui nilai $R = 0,892$ menunjukkan bahwa korelasi antara pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah kuat. Artinya kualitas pelayanan dan harga memberi pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi (meramalkan) seberapa besar pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sebagai berikut :

$$Y = 0,879 + 0,063X_1 + 0,626X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diketahui bahwa :

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,879 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan, maka besarnya variabel kepuasan konsumen yaitu 0,879.
- 2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,063 menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Dapat diartikan jika penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan naik, maka akan meningkatkan penilaian kepuasan konsumen.
- 3) Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,626 menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Dapat diartikan jika penilaian terhadap variabel harga naik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 79,1 persen sedangkan sisanya yaitu 20,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain, selain kualitas pelayanan dan harga. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $188,660 > 3,09$ dengan $sig\ 0,000 < 0,05$. Dari perhitungan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa “Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

Menurut Parasuraman (1988 : 35) adalah suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap kehandalan (*excellent*) dalam *service encounter* yang dilakukan konsumen.

Dari hasil penelitian pada Hotel Pandanaran Semarang diketahui bahwa nilai t hitung untuk uji hipotesis dari variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 12,558 dengan probabilitas kesalahan (signifikansi) sebesar 0,000. Berdasarkan tabel t, diketahui bahwa $df = n - 2$ atau $100 - 2 = 98$, sehingga t tabel untuk $df = 98$ pada alpha sebesar 5% adalah sebesar 1,984. Oleh karena harga t hitung sebesar 12,558 dengan signifikansi sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,05$ maka inferensi yang dapat diambil adalah menerima hipotesis penelitian yang berbunyi “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen” dan menolak hipotesis nol (H_0) yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Oliver dalam J. Supranto, (2006: 233). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Dari hasil penelitian pada Hotel Pandanaran Semarang, diketahui bahwa nilai t hitung untuk uji hipotesis dari variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 17,145 dengan probabilitas kesalahan (signifikansi) sebesar 0,000. Berdasarkan tabel t, diketahui bahwa $df = n - 2$ atau $100 - 2 = 98$, sehingga t tabel untuk $df = 98$ pada alpha sebesar 5% adalah sebesar 1,984. Oleh karena harga t hitung sebesar 17,145 dengan signifikansi sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,05$ maka inferensi yang dapat diambil adalah menerima hipotesis penelitian yang berbunyi “harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen” dan menolak hipotesis nol (H_0) yaitu harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan dan harga merupakan salah satu kunci diantara faktor faktor yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam memperhatikan kepuasan konsumen. Jika Kualitas pelayanan dan harga diperhatikan, bahkan diperkuat dengan perbaikan citra yang positif, kepuasan konsumen akan mudah diperoleh.

Kepuasan konsumen sebagai tanggapan yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan produk atau jasa. Pengalaman konsumen terhadap

produk atau jasa yang dipakai atau dibeli dapat menentukan terjadinya Loyalitas. Konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah di beli atau dipakai, konsumen akan menjadi loyal, apabila konsumen merasa tidak puas ia akan beralih ke produk atau jasa lain.

Kepuasan adalah langkah yang penting dalam pembentukan loyalitas. Loyalitas terjadi karena adanya pengaruh Kepuasan dengan produk atau jasa yang berakumulasi secara terus menerus. Setiap konsumen yang puas terhadap produk atau jasa akan selalu menjadi loyal, terciptanya Kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan para pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya Loyalitas pelanggan, dan merekomendasikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pengujian yang diperoleh dari penelitian mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen hotel pandanaran Semarang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Penilaian sebagian besar responden mengenai kualitas pelayanan pada hotel pandanaran Semarang tergolong baik, yaitu sebanyak 54 responden atau 54 persen. Dengan jumlah prosentase tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan hotel pandanaran Semarang pada umumnya tergolong baik. Prosentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 61,7 persen dan sisanya sebesar 38,3 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Penilaian sebagian besar responden mengenai harga pada hotel pandanaran Semarang tergolong baik, yaitu sebanyak 61 responden atau 61 persen. Dengan jumlah prosentase tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan hotel pandanaran Semarang pada umumnya tergolong baik. Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai Koefisien Determinasi (KD) yaitu sebesar 75 persen. Artinya bahwa harga memberi pengaruh sebesar 75 persen terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 25% adalah dipengaruhi oleh variabel lainnya.
3. Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai Koefisien Determinasi (KD) yaitu sebesar 79,5 persen. Artinya bahwa kualitas pelayanan dan harga memberi pengaruh sebesar 79,5 persen. Sedangkan sisanya 20,5 persen adalah pengaruh dari variabel lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Hotel Pandanaran Semarang maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

- 1) Kualitas pelayanan secara umum sudah baik, namun ada yang berpendapat kurang baik. Sehingga perlu diperhatikan mengenai kualitas pelayanan seperti : Penambahan akses informasi pemanfaatan fasilitas Hotel, penempatan kotak saran yang mudah dilihat, menyediakan sarana dan prasarana medis untuk mengantisipasi bila terjadi kecelakaan yang tidak di inginkan.
- 2) Adanya harga khusus bagi konsumen yang loyal terhadap Hotel Pandanaran Semarang.

Daftar Referensi

- Basu, Swastha, Handoko. (1994). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : Liberty.
- Dharmamesta, B.S, 1999, *Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual sebagai panduan bagi peneliti*, journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No 3. Pp 73-88.
- Dharmayanti Diah, 2006, *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai moderating variable terhadap Loyalitas nasabah, Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1, No 1 Hal 35-45.
- Djarmiko, Hermanto Edy. (2005). *Saatnya Mencermati Loyalitas Pelanggan*. Swasembada, Edisi 02/XXI/ 19 Januari - 2 Februari 2005
- Kotler, P, 1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1 dan Jilid 2, (alih bahasa), Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. 2000, *Marketing Management, The Millenium Edition, New Jersey* : Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. 2003, *Marketing Management, New Jersey*, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Amstrong. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta : Erlangga. Edisi 3.
- Lupiyoadi, 1995, *Manajemen Pemasaran Jasa, (edisi 2)*, Salemba empat , Jakarta
- Mardalis Ahmad, 2005, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Jurnal manajemen Pemasaran Vol 9, No 2. Pp 111-119.
- Oliver, R.L, 1999, *When Consumer Loyalty?*, Journal Of Marketing Vol. 63, Pp 33-44.
- Parasuraman, A. et.al, 1988, *Servqual : A Multiple Item scale For Measuring Customer Perception Of Service Quality*. Dalam Journal Retailing.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta

Tjiptono Fandy: 2006, **Manajemen Jasa**, edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, edisi II, Andi Offset, Yogyakarta

Zehitami, V.A. Pasuraman, & Berry, (1997), *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception And Expectation*. New York : The Free Press.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDY PADA HOTEL PANDANARAN SEMARANG)**

JURNAL SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata-1

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Penyusun

Nama : Dias Widiarto

Nim : D2D604195

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2012