

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Roy Adam Soekarno ¹⁾
Rahayu Triastity ²⁾
Retno Susanti ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ royadamawesome@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the significance of the effect of price, facilities, service quality on customer satisfaction Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. This study uses survey methods, the type of data used are qualitative and quantitative data, the source of the data used are primary data and secondary data. The total population in this study was 400 people. In this study, because the population is more than 100, the sampling technique is accidental sampling, which is accidental sampling. Data collection techniques in this study used a questionnaire. Data analysis techniques used, Descriptive Analysis, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t Test, F Test and Determination Coefficient Test (R²). The results of this study concluded that the price has a significant effect on customer satisfaction Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. Facilities have a significant effect on customer satisfaction Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. Quality of service does not significantly influence consumer satisfaction Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta.

Keywords: price, facilities, service quality, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu industri di dunia dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Sektor pariwisata pun telah berkembang menjadi pendorong penting bagi pertumbuhan dan kemakmuran bagi banyak negara. Sektor ini mampu menyumbang pembangunan dengan menciptakan lapangan kerja melalui perusahaan yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata maupun yang berhubungan langsung dengan pariwisata serta memberikan sumbangan berupa devisa yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur. Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan dan ekonomi negara.

Usaha perhotelan merupakan usaha dibidang jasa perhotelan yang berlandaskan pada kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Grand Laguna Hotel & Villa Solo merupakan hotel bintang 3*** dengan fasilitas pelayanan setara dengan bintang 4**** memberikan rasa nyaman dan memberikan pelayanan yang memuaskan agar tamu yang menginap merasa nyaman seperti tinggal di rumah sendiri. Disebut sebagai hotel bintang 3*** karena dengan tarif yang ekonomis tetapi para tamu bisa merasakan kualitas dan kenyamanan yang bertaraf Internasional. Hotel ini terletak di tengah antar kota Solo, Boyolali, Sukoharjo dan Karanganyar yang beralamatkan di Jl. Adi Sucipto No. 101, Colomadu, Kota Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Grand Laguna Hotel & Villa ini memiliki 30 kamar (20 kamar *superior twin room*, 4 kamar *superior queen room*, 4 *deluxe room* dan 2 *family room*) kamar dilengkapi

dengan AC, televisi LCD/layar plasma 32”, *shower*, air minum dalam kemasan disediakan secara gratis, Wifi 24 jam. Untuk memberikan kenyamanan supaya pengunjung atau tamu merasa lebih nyaman dan betah saat menginap, Hotel Grand Laguna Surakarta menawarkan berbagai fasilitas seperti antar/jemput bandara, resepsionis 24 jam, tempat parkir mobil, tempat pertemuan, *coffee shop*, sarapan gratis, layanan laundry, restoran, internet dan *room meeting*. Lokasi yang strategis yaitu hotel ini letaknya tidak begitu jauh dari bandara Adi Soemarmo yang terletak di jalan Padang Golf, Ngemplak Boyolali, Jawa Tengah. Hotel Grand Laguna memiliki staf yang berdedikasi dan fasilitas kelas satu membuat hotel ini menjadi salah satu tujuan menginap bagi wisatawan yang datang. Tetapi masih terdapat permasalahan yang terjadi di Grand Laguna Hotel & Villa khususnya tentang kepuasan konsumen. Konsumen merasa kurang puas dapat disebabkan oleh kurangnya pelayanan, kurangnya fasilitas yang memadai dan harga yang kurang terjangkau.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. “Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya” (Kotler dan Keller, 2012). Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Menurut Tjiptono (2014: 269) Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah konsumen dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan hotel tersebut. Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 6), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan adalah suatu produk yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan pihak perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwandi, Mananeke, dan Taroreh (2015) menyatakan bahwa harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Aston Hotel Manado. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Hadian (2016) menyatakan bahwa Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa baik secara simultan maupun parsial, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Buchori (2015) menyatakan bahwa ketetapan harga, promosi, dan fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arikunto dan Muhammad (2018) menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Dharma Wangsa.

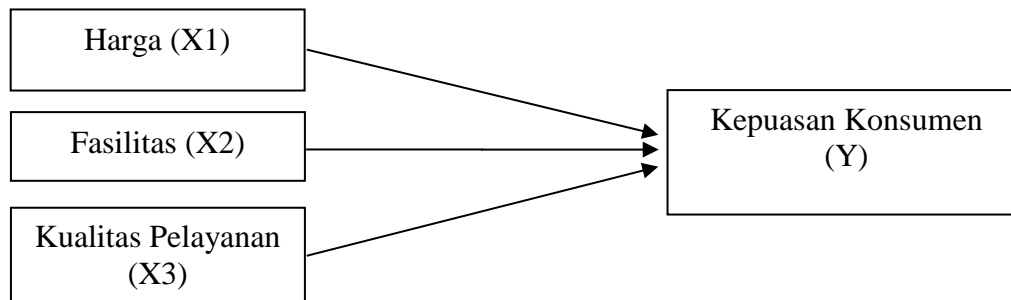
Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta mempunyai fenomena masalah yang terjadi seperti harga yang kurang terjangkau oleh masyarakat, fasilitas yang kurang memadai dan masalah kualitas pelayanan yang belum berjalan dengan baik. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen hotel harus memperhatikan harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk: 1) Menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. 2) Menganalisis signifikansi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. 3) Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta.

Kerangka Pemikiran

Model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Variabel Bebas: harga, fasilitas dan kualitas pelayanan.
2. Variabel Terikat: kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono (2015: 291), salah satunya yaitu harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlalu mahal atau sebaliknya terlalu berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensitivitas harga amat penting dilakukan. Berdasarkan penelitian Buchori (2015), Monica, dkk (2015) dan Dian (2016) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengertian dan penelitian tersebut maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono (2012: 38), fasilitas merupakan alat penunjang atau segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen atau pengunjung dalam memperoleh kepuasan, pelanggan atau pengunjung juga akan menggunakan indera penglihatannya untuk menilai suatu kualitas pelayanan yang telah disediakan. Berdasarkan penelitian Buchori (2015), Monica dkk (2015) dan Hurmin (2018), menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengertian dan penelitian tersebut maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atau konsumen atas pelayanan yang diterima atau diperoleh konsumen, bila kualitas pelayanan lebih baik dari harapan yang diperoleh konsumen maka konsumen

menjadi puas sebaliknya bila kualitas pelayanan yang diperoleh konsumen lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen menjadi tidak puas (Ratnasari dan Aksa 2011: 107). Berdasarkan penelitian Monica (2015) dan Dian (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengertian dan penelitian tersebut maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:
H3: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei pada konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta yang berjumlah 400 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria sampel penelitian yang dapat digunakan sebagai sampel dengan jumlah sampel sebanyak 100 konsumen

Definisi Operasional Variabel yang Digunakan

1. Harga

Harga adalah nilai uang atau nilai tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk menginap dan menikmati fasilitas atau jasa pada Grand Laguna Hotel. Dalam pengukuran terhadap penentuan harga ada empat indikator yang harus digunakan (Kotler dan Armstrong, 2012: 278) mengemukakan, secara umum ada beberapa indikator harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Fasilitas

Fasilitas adalah alat penunjang atau segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen atau pengunjung dalam memperoleh kepuasan di Grand Laguna Hotel. Dalam mengukur fasilitas yang harus disediakan sebagai alat penunjang untuk memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan ada enam indikator fasilitas. Tjiptono (2014: 318) yaitu perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya & warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis dan unsur pendukung.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah bentuk pengukuran terhadap nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan harapan konsumen atau pengunjung di Grand Laguna Hotel. Hardiansyah (2011: 46). Adapun indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketangapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati).

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh Grand Laguna Hotel dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Consuegra (2007: 178) yang meliputi: kesesuaian harga, persepsi kinerja dan penilaian konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar kuesioner kepada konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta. Instrumen diukur memakai *Skala Likert 5* (lima) poin, dengan alternatif jawaban apabila Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5, Setuju (S) diberi nilai 4, Netral (N) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1.

Teknik Analisis Data

1. Uji instrumen penelitian: uji validitas menggunakan korelasi product moment Pearson dan uji reliabilitas memakai cronbach alpha.
2. Uji Asumsi Klasik: uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.
3. Analisis regresi linear berganda. Rumus regresi linear berganda sebagai berikut:
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
 (Sugiyono, 2010: 279)
Keterangan:
Y = Kinerja Karyawan
a = Konstanta
b = koefisien regresi
X₁ = Kompensasi
X₂ = Motivasi
X₃ = Lingkungan kerja
e = *Error*
4. Uji t
Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas (harga, fasilitas dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara parsial dengan kriteria apabila *p value* < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga terdapat pengaruh signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.
5. Uji F
Uji F digunakan untuk mengukur secara simultan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai aktual dari pengaruh variabel bebas (harga, fasilitas dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Kriteria keputusan apabila *p value* < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model tepat dan layak dalam memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
6. Koefisien Determinasi (R²)
Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel bebas (harga, fasilitas dan kualitas pelayanan) dalam menerangkan variasi variabel terikat (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Hasil deskripsi responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan masa kerja dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	45	45,00
Perempuan	55	55,00
Jumlah	100	100
Usia (Tahun)		
25 – 30 tahun	34	34,00
31 – 45 tahun	44	44,00
> 45 tahun	22	22,00
Jumlah	100	100
Pendidikan		
SLTA	34	34,00
D3/S1	47	47,00
S2	10	10,00
Lain-lain	9	9,00
Jumlah	100	100
Pekerjaan		
Wiraswasta	40	40,00
PNS	15	15,00
Pegawai Swasta	23	23,00
Pelajar/Mahasiswa	10	10,00
Lain-lain	12	12,00
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 55 orang (55,00%) dengan rentang umur 31-45 tahun sebanyak 44 orang atau 44,00%, tingkat pendidikan D3/S1 sebanyak 47 orang (47,00%) dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 40 orang (40,00%).

2. Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas variabel harga (X_1) sebanyak 4 item kuesioner, fasilitas (X_2) sebanyak 6 item kuesioner, kualitas pelayanan (X_3) sebanyak 5 item kuesioner dan kepuasan konsumen (Y) sebanyak 7 item kuesioner dinyatakan valid karena semua *p-value* $0,000 < 0,05$. Hasil uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha diketahui bahwa variabel harga (0,746), fasilitas (0,863), kualitas pelayanan (0,882) dan kepuasan konsumen (0,806) $> 0,60$ sehingga dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel .2

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,534; 0,416; 0,428) > 0,10 VIF (1,873; 2,405; 2,337 < 10)	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (0,070) > 0,05	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,243; 0,300; 0,164) > 0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,069) < 0,05	Residual terdistribusi normal

Sumber: data primer diolah, 2019

Pengujian Hipotesis**1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kompensasi, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Hasil uji regresi linear berganda pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	T	Sig.
(Constant)	7,386	4,533	0,000
Pengaruh Kompensasi	0,273	2,151	0,034
Motivasi	0,565	6,504	0,000
Lingkungan kerja	0,164	1,684	0,095
F-hitung = 67,430			0,000
Adjusted R Square = 0,668			

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Hasil regresi linear berganda tersebut dapat dijabarkan ke dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,386 + 0,273 X_1 + 0,565 X_2 + 0,164 X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

- Konstanta sebesar 7,386 artinya jika pengaruh harga (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y) adalah positif.
- b_1 : 0,273 artinya pengaruh variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila harga (X_1) dipersepsikan dengan semakin baik oleh konsumen maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami peningkatan sebaliknya apabila Harga (X_1) dipersepsikan kurang baik maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami penurunan dengan asumsi variabel Fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) tetap (konstan).
- b_2 : 0,565 artinya pengaruh fasilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila Fasilitas (X_2) meningkat maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami peningkatan sebaliknya apabila Fasilitas (X_2) menurun maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami penurunan dengan asumsi variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_3) tetap (konstan).
- b_3 : 0,164 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila Kualitas Pelayanan (X_3) meningkat maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami peningkatan sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan (X_3) menurun maka Kepuasan Konsumen (Y) juga mengalami penurunan dengan asumsi variabel Harga (X_1) dan Fasilitas (X_2) tetap (konstan).

2. Uji t

- a. Hasil nilai t hitung variabel harga sebesar 2,151 dengan p value $0,034 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ke-1 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta”, terbukti kebenarannya.
- b. Hasil nilai t hitung variabel fasilitas sebesar 6,504 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ke-2 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta”, terbukti kebenarannya.
- c. Hasil nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 1,684 dengan p value $0,095 > 0,05$ maka H_0 diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ke-3 yang berbunyi “tidak ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta”, terbukti kebenarannya.

3. Uji F

Hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 67,430 dengan p -value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1), fasilitas (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta sudah tepat.

4. Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,668 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu pengaruh harga (X_1), fasilitas (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti, misalnya lokasi, promosi, prouk, dan lain sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian diketahui bahwa harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta sehingga H_1 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi harga bertanda positif. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Monica dkk (2015) yang menyatakan bahwa harga positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Rata-rata analisis deskriptif harga tertinggi dengan nilai 4,11 ada pada item kuesioner yaitu mengenai “Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta memberikan harga sesuai dengan fasilitas yang disediakan”, sedangkan rata-rata terendah sebesar 4,03 yaitu mengenai “Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang tersedia”.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian diketahui bahwa fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta, sehingga H_2 terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi fasilitas bertanda positif. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dian (2016) menyatakan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rata-rata analisis deskriptif fasilitas tertinggi dengan nilai 4,23 yaitu mengenai “Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta menyediakan fasilitas pendukung yang memadai”, sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,97 yaitu mengenai “Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta menyediakan ruangan sesuai yang diharapkan konsumen”.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta, sehingga H_3 tidak terbukti kebenarannya. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan bertanda negatif. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Buchori (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rata-rata analisis deskriptif kualitas pelayanan tertinggi dengan nilai 4,06 yaitu mengenai Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta memberikan respon dengan cepat dalam pelayanannya”, sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,83 yaitu mengenai “Grand Laguna Hotel & Villa Surakarta memiliki pelayanan dengan sopan santun dan ramah”.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta. Berdasarkan hal tersebut maka Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta hendaknya Surakarta mempertahankan harga yang sudah ditetapkan karena sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan dan hendaknya Hotel Grand Laguna & Villa Surakarta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar sesuai dengan harga yang sudah di tetapkan sehingga kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchori. 2015. “Analisis Pengaruh Ketetapan Harga, Promosi dan Fasilitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yestoya Way Jepara Lampung Timur”. *Jurnal DERIVATIF* Vol.9 No.1, April, hlm. 1 – 36.
- Consuegra, D Molina. 2007. An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*.
- Dian Hadian. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Hotel Bintang Tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut)”. Vol. 1. No. 2. Juli. hal. 55 – 69.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12, Jilid 1. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2012, *Marketing Management*. Edisi 14, Global Edition. Dialihbahasakan oleh Ancella Anitawati Hermawan. Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Nurmin Arikunto dan Jefri Muhammada. 2018. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharma Wangsa. *Jurnal SEMARAK*. Vol. 1, No. 1. Februari, hal. 107 – 115.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H.Aksa .2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Suwandi, Monica, Lisbeth, Mananek dan N. Taroreh, Rita. 2015. “Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aston Hotel Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No. 2. Juni, hal. 605 – 615.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Menunjudkan Layanan Prima*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi, Yogyakarta.