

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL BUMI MALAYA MEDAN

Roberto Roy Purba¹ , Haji Alfian²

*Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia¹ , Mahasiswa Program
Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia²*

robertoroypurba@gmail.com, hajialfian172@gmail.com

ABSTRAK

Sampel dalam penelitian ini adalah Tamu Hotel Bumi Malaya Medan yang berjumlah 80 orang. Jenis sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi tidak langsung, yaitu dengan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji regresi berganda dengan uji hipotesis t dan F. Hasil pengujian hipotesis uji t diperoleh (H1) nilai t_{hitung} , $(4,391) > (1,991) t_{table}$ dan signifikan siprobabilitas $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan. (H2) nilai t_{hitung} , $(2,461) > (1,991) t_{table}$ dan signifikan siprobabilitas $0,018 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan. (H3) hasil pengujian hipotesis uji F diperoleh F_{hitung} $(14,786) > F_{tabel}$ $(3,12)$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak. Artinya ada pengaruh kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai $0,277$, atau $27,7\%$ menunjukkan $27,7\%$ kepuasan pelanggan ditentukan atau dipengaruhi oleh harga dan promosi, sisanya $72,3\%$ di tentukan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan bisnis para manajer perusahaan melakukan berbagai cara untuk menghadapi kompetitor.

Berbagai usaha yang dilakukan perusahaan tergantung bentuk badan, jenis produk yang dihasilkan, kemampuan modal perusahaan, strategi pemasaran. Manajer perusahaan mulai mengembangkan konsep – konsep pemasaran untuk menghindari kemangkiran

dan kekecewaan konsumen apabila barang dan jasa tidak tersedia. Dengan tersedianya barang dan jasa dipasar maka para konsumen mulai akan menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya yang segera mungkin akan dipenuhi dengan harapan akan tercipta kepuasan konsumen. Barang yang tersedia dipasar sesuai selera, bentuk atau kemasan, disain produknya, ukurannya dan lainnya yang dapat diterima oleh konsumen. Mengingat pesatnya persaingan antar pelaku ekonomi salah diantaranya dengan menciptakan kualitas pelayanan, penentuan harga supaya tercipta kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kualitas pelayanan meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik.

Sejumlah barang yang tersedia juga akan menentukan kualitas pelayanan dimana konsumen dapat melakukan pilihan diantara jenis produk yang ditawarkan sesuai kemampuan membeli atau ketersediaan dana untuk membeli barang tersebut.

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan faktor yang sensitive bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pelanggan Hotel Bumi Malaya Medan mulai berkurang peminatnya yang merupakan penyebabnya berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan.
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan.
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya Medan.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Philips Kotler (2014:210) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik. Menurut Tjiptono, (2016:58) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu

kondisi yang dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan.

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, (Ardianto, 2014:89) antara lain:

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Akurasi pelayanan
3. Sopan santun dan keramahan
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan
5. Kenyaman konsumen

Menurut Basu swastha (2010:15) menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah :

1. Keandalan (*reliability*).
2. Daya tanggap (*responsiveness*).
3. Jaminan (*assurance*).
4. Perhatian (*attention*).

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli (Umar 2016:32). Perusahaan dalam usaha memasarkan barang atau jasa, perlu penetapan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendekatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran

lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas pengguna suatu barang.

Dalam industri yang bersaing perusahaan selalu menggunakan strategi dalam merebut pangsa pasar yang luas. Menurut Gregorius Chandra. (2011: 276) diantara strategi harga yang digunakan adalah :

1. Penetapan Harga Jual
2. Elastisitas harga
3. Perbandingan harga pesaing.

Menurut Gronroos (2009:99) menyatakan indikator-indikator yang digunakan dalam harga adalah :

1. Persepsi harga
Persepsi pembeli terhadap harga didasarkan pada relativitas harga dan kinerja.
2. Prosedural harga
Merupakan informasi yang diberikan kepada konsumen mengenai hal-hal yang berhubungan dengan proses terjadinya transaksi jual beli yang akan dilakukan.
3. Kewajaran harga
Merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. harga sebuah produk yang ditawarkan haruslah wajar dan tidak banyak mengalami perubahan harga.

4. Penerimaan.

Salah satu faktor yang menentukan bahwa suatu produk akan diterima oleh konsumen dengan adanya penerimaan harga yang disepakati oleh pembeli.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan waktu, loyalitas, kepuasan dan kualitas menyenangi hubungan erat dengan kesetiaan dengan harga yang lebih menguntungkan konsumen. (Johanes, 2014: 14). Menurut Gaspersz (2015:34), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dialami konsumen secara keseluruhan berlaku stabil sepanjang waktu. Menurut Kusaeri(2012: 162) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya.

Indikator Kepuasan Pelanggan

1. Kecepatan
Kecepatan layanan termasuk dalam kualitas pelayan.
2. Ketetapan
Ketetapan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
3. Keamanan
Memberikan keamanan kepada setiap tamu hotel agar merasa aman

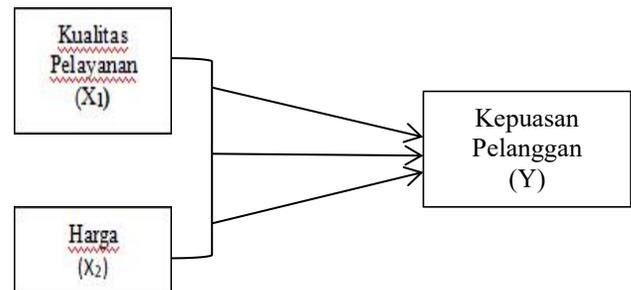
4. Keramah Tamahan

Perilaku seseorang pada saat berinteraksi yang dilakukan dengan sopan ,baik, ramah, kepada tamu Hotel agar tamu Hotel merasa aman dan nyaman.

5. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan kebutuhan dasar setiap tamu yang menginap di Hotel dan pihak Hotel harus memastikan kamar tetap bersih agar tamu Hotel merasa nyaman.

Model Analisis



H1 :Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Bumi Malaya Medan.

H2 :Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Bumi Malaya Medan.

H3 :Kualitas Pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Bumi Malaya Medan.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu dengan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh fakta-fakta dan keterangan mengenai kepuasan pelanggan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Bumi Malaya sebanyak 60 orang tahun 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 52,17 dibulatkan menjadi 52 orang responden.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis statistik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus Regresi Berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Pelanggan
- X1 : Kualitas Pelayanan
- X2 : Harga
- A : Konstanta
- B : Koefisien

E : Variabel lain yang tidak diteliti

ANALISIS DATA

Analisis statistik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
					B
1 (Constant)	20,195		5,693	,000	
Kualitas Pelayanan (X1)	,365	,083	,454	4,391	,000
Harga (X2)	,201	,138	,151	2,461	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari hasil tersebut diatas, apabila ditulis dalam bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,199 - 0,037X_1 + 0,792 X_2$$

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Table 3 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	1,199	,698		1,718	,092		
1 Kualitas Pelayanan	-,037	,047	-,039	-,791	,433	,625	1,599

	,792	,04	,985	19	,0	,625	1,
Harga		0		,727	00		599

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Ho : t hitung < t tabel : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan jika Ha : t hitung > t tabel : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ho : t hitung < t tabel artinya harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ha : t hitung > t tabel artinya harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bumi Malaya Medan” maka diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan nilai Adjusted R square sebesar 29,6% berarti 29,6% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan variabel harga sementara sisanya yaitu 70,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
2. Setelah dilakukan uji hipotesis secara bahwa nilai uji t yaitu kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diketahui nilai $t_{hitung} (-0,791) < t_{tabel} (0,0096)$ dengan signifikansi probabilitas $0,000 < 0,05$. Uji t harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diketahui bahwa nilai $t_{hitung} (19,784) > t_{tabel} (0,0096)$ dengan signifikansi probabilitas $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan parsial harga lebih mempengaruhi kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan.
3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (Uji F) antara variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai f_{hitung} sebesar $(29,6) > f_{table} (1,91)$ pada signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Bumi Malaya di Medan.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas adapun saran yang diberikan peneliti tentang “Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Bumi Malaya Medan”, sebagai berikut:

1. Sebaiknya kepada pihak Hotel Bumi Malaya Medan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jika dibandingkan dengan harga supaya pelanggan mengalami kepuasan.

2. Dari hasil uji koefisien determinasi bahwa pihak Hotel Bumi Malaya Medan memperbaiki kualitas pelayanan dan penetapan harga yang ditunjukkan nilai yang lebih kecil daripada variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu swastha 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung, Linda Karya.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. Yogyakarta, Andi.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Johanes 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru*, Jurnal Jom Fekon, Vol. 2, No.1.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 dan 2 Edisi Keduabelas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 2 Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lingga Purnama, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, PT. Bumi Aksara 165.
- Rush, et al. 2016. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Gava Media.
- Sugiyono 2015. *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Sagung Seto
- Umar 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan* Pada PT. Hasrat Abadi di Makasar, Makasar: Jurusan Manajemen, FE-UNHAS.
- Widyawati. 2011. *Hygiene dan Sanitasi Umum dan Perhotelan*, Jakarta, PT Gramedia Widia sarana Indonesia.

Sumber Internet

https://www.bps.go.id/Bandung-dalam-angka-2013_2015.html

https://www.tripadvisor.co.id/Hotels-g297704-zfc3-Bandung_West_Java_Java_Hotels.html

<https://www.fabuhotels.com>