Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata
Vol.19, No.3 September 2023
e-ISSN: 2774-8987; p-ISSN: 1411-5077, Hal 32-48
DOI: https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i3.317

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Noormans Semarang

Muhammad Noor Cholis[1], Enik Rahayu[2], Renny Apriliyani[3], Susmono Widagdo[4], Henry Yuliamir[5]
[1,2,3,4,5]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Semarang

Korespondensi penulis: nakanoshinya72@gmail.com

Abstract*. The purpose of this study is to determine the effect of service quality, hotel facilities and prices on customer satisfaction at Hotel Noormans Semarang. Research data obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the study was 125 respondents. The data obtained were processed using descriptive analysis and quantitative statistical analysis. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, model testing and hypothesis testing. The results of the analysis show that partially and simultaneously the variables of service quality, hotel facilities and prices affect customer satisfaction at Noormans Hotel Semarang*

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

Abstrak. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 125 responden. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik kuantitatif. Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji model dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variable kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang

Kata kunci: Fasilitas Hotel, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

LATAR BELAKANG

Industri perhotelan sebagai mitra industry pariwisata saat ini sangat berkembang pesat karena merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para konsumennya. Dalam industri perhotean, konsumen ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan secara konsisten. Kepuasan atas pelayanan selalu didukung oleh pengadaaan produk dan fasilitas yang lengkap serta memberi kemudahan dan kenyamanan bagi tamu. Pada umumnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan pelayanan (Dewandi et.al, 2019). Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran,

Received Juli 19, 2023; Revised Agustus 24, 2023;September 30, 2023
**Corresponding Muhammad Noor, e-mail muhamadnur@gmail.com*

suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual (Moha & Loindong, 2016). Sementara itu pelayanan yang dijual oleh hotel adalah keramah – tamahan dan ketrampilan staff / karyawan hotel dalam melayani konsumennya (Hospitality) (Halimah, 2018). Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memilki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perkembangan jumlah hotel di Surabaya yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Surabaya menjadi sangat ketat. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak – banyaknya. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan.

Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan – pelayanan lain untuk umum. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan sebagai sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan – perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik konsumen agar merasa puas dan setia dengan produk untuk membeli produk yang diawarkan hotel. Kepuasan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman yang didapatkannya. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang diberikan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan (Moha & Loindong, 2016).

Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang jasa. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka pakai. Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi

kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Sunyoto, 2013).

Fenomena yang diamati oleh peneliti di Hotel Noormans Semarang adalah kurang baiknya pelayanan yang diberikan oleh pegawai hotel, sebagai contohnya konsumen merasa kecewa dengan pelayanan di restoran karena beberapa makanan dalam keadaan kurang baik, begitu juga dengan kondisi tempat makan yang masih terlihat kurang bersih. Kepuasan konsumen yang datang ke hotel masih dirasakan kurang maksimal karena konsumen tidak berminat untuk membeli fasilitas kamar hotel dan justru memilih hotel lain untuk dijadikan tempat menginap. Dari hal yang disampaikan tersebut membuktikan bahwa kepuasan konsumen kurang maksimal sehingga perlu dicarikan solusi penyelesaian kedepannya. Oleh karena itu ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu salah satunya adalah kualitas pelayanan.

Pelayanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan pelayanan yang buruk (Fishendra, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service, dan lain-lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu expected service dan perceived service (Moha & Loindong, 2016). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa konsumen adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Unggulnya kualitas pelayanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Fenomena yang diamati peneliti di Hotel Noormans adalah kualitas pelayanan dari karyawan hotel kurang professional, yang dibuktikan dengan kurangnya pengetahuan karyawan mengenai destinasi dan kuliner khas Semarang Ketika ditanya tamu dari luar kota. Kemudian etika karyawan pada saat melayani konsumen yang datang kurang baik. Respon yang kurang cepat dari karyawan pada saat terjadi insiden seperti piring yang pecah, makanan yang tumpah di restoran tidak segera di tanggulangi oleh karyawan. Kompetensi karyawan dalam menggunakan bahasa asing kurang memadai sehingga konsumen dari luar negeri tidak

dilayani dengan baik. Respon terlambat dari karyawan hotel pada saat melayani keluhan dan permintaan konsumen kurang cepat yang pada akhirnya menimbulkan masalah dan kepuasan konsumen menjadi berkurang. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan karyawan masih kurang sehingga terjadilah penurunan tingkat kepuasan konsumen.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen (Oniansyah, 2019). Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan (Fishendra, 2021). Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas konsumen dan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi.

Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang (Moha & Loindong, 2016). Konsumen mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa, termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas konsumen dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang diperoleh terhadap fasilitas yang tersedia (Dewandi et.al, 2019).

Fenomena yang terjadi di Hotel Noormans adalah fasilitas yang ada di hotel kurang memadai, sebagai contoh riilnya adalah kondisi kamar masih banyak terdapat kotoran dan serangga seperti kecoa, air yang kurang lancar dan fasilitas yang kurnag lengkap. Kualitas makanan dan kelengkapan sajian yang kurang variatif juga menjadi salah satu tolok ukur kentidakyamanan dan kepuasan konsumen. Kecepatan pelayanan Office boy dan bell boy dalam melayani konsumen juga menjadi perhatian khusus konsumen.Kepuasan konsumen tidak hanya didasari oleh kualitas pelayanan karyawan dan fasilitas yang disediakan hotel, tetapi ada factor yang tidak kalah penting lainnya yaitu harga produk.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Selain memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, hotel juga harus memperhatikan mengenai harga. Harga merupakan salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh pelanggan ketika menghadapi beberapa hotel yang menyediakan kualitas pelayanan yang hampir sama. Setiap pelanggan pasti mengharapkan mendapatkan hotel dengan harga yang murah namun dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga diharapkan hotel mampu memenuhi permintaan tersebut sehingga dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat.

Fenomena yang terjadi di Hotel Noormans terkait dengan harga adalah datangnya keluhan dari konsumen mengenai harga/tarif fasilitas ataupun produk yang ditawarkan oleh hotel Noormans lebih tinggi disbandingkan dengan hotel bintang 3 di Semarang. Seperti: sewa gedung untuk kegiatan organisasi terbilang mahal disbanding dengan hotel bitang 3 yang lainnya. Harga makanan yang juga sedikit lebih mahal dari hotel-hotel pesaingnya. Harga kamar permalamnya juga relative lebih mahal. Dari keterangan diatas membuktikan kalau harga yang ditawarkan Hotel kepada konsumen masih dirasakan mahal sehingga pada akhirnya kepuasan konsumen menjadi berkurang.

Beberapa penelitian terdahulu memberi warna pada penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen. Diantaranya adalah Tarigan pada tahun 2018 melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi. Dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen; variable fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dan variable kualitas pelayanan dan fasilitas secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sari (2020) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Mahasiswa Pengguna Pelayanan Go-Ride Dan Go-Food) menyatakan hasilnya bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gojek; harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh harga dan kepuasan konsumen masih menyisakan kontroversi hasil penelitian. Diantaranya adalah hasil penelitian yang menyatakan bahwa harga memiliki korelasi yang rendah terhadap kepuasan konsumen (Nashrullah, et.al, 2020) hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Haryoko et.al, (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dari uraian di ataslah yang kemudian menarik penulis untuk menulis judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Noormans Semarang".

KAJIAN TEORITIS

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Pengertian Variabel Kualitas Pelayanan

Sedarmayanti (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik langsung maupun atraktif yang memenuhi keinginan konsumen dan memberi kepuasan atas penggunaan produk itu. Kualitas pelayanan adalah hasil persepsi di benak konsumen setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (perceived service).” (Prasetyo dan Jannah, 2012). Parasuraman (1998) dalam Lupiyoadi (2006) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan suatu perusahaan agar mampu bertahan dan bersaing untuk mendapat kepercayaan konsumen. Menurut Tjiptono (2012) menyatakan bahwa: “Kualisa Pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”

Service Quality atau kualitas pelayanan yaitu membandingkan persepsi anggota atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan pelayanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang harus diperhatikan serius oleh pihak koperasi, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh koperasi. Sehingga kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Zeithaml (1990) dalam Laksana (2008). Menurut Wijaya (2011), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen.

Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Kualitas Pelayanan

Sedarmayanti (2014) menyatakan bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan:

a. Akurasi pelayanan
b. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan
c. Tanggung jawab
d. Kelengkapan
e. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan

Dampak Positif Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik dan memuaskan akan berdampak positif bagi masyarakat: (Sedarmayanti, 2014)

a. Masyarakat menghargai dan bangga terhadap korps pegawai
b. Masyarakat patuh terhadap aturan pelayanan
c. Menggairahkan usaha dalam masyarakat
d. Menimbulkan peningkatan dan pengembangan dalam masyarakat

Strategi Meningkatkan Mutu Pelayanan

Tjiptono (2012) menyatakan bahwa meningkatkan mutu jasa tidaklah semudah membalikkan telapak tangan atau menekan saklar lampu. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut juga berdampak luas, yaitu terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Diantara faktor yang perlu mendapat perhatian adalah:

a. Mengidentifikasikan Determinasi Utama Kualitas Jasa
b. Mengelola Harapan Konsumen
c. Mengelola Bukti Kualitas Jasa

Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari:

a. Reliabilitas (Reliability)/Keandalan
b. Daya tanggap (Responsiveness).
c. Jaminan (Assurance).
d. Empati (Emphaty).
e. Bukti fisik (Tangibles).

2. Variabel Fasilitas Hotel

Pengertian Variabel Fasilitas Hotel

Menurut Zakiah Daradjat (2012) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Suryo Subroto (2010) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian Fasilitas (Suhaisimi Arikonto) berpendapat Fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Menurut Tjiptono (2008) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. dari berbagai pengertian di atas maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah konsumen dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan oleh Hotel Noormans Semarang.

Dimensi Fasilitas Hotel

Menurut Nirwana (2014) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah:

a. Desain Fasilitas
b. Nilai Fungsi
c. Estetika
d. Kondisi yang mendukung
e. Peralatan penunjang.

3. Variabel Harga

Pengertian Variabel Harga

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/ transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. (Shinta, 2011). Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. (Effendi, 2010). Kotler dan Amstrong (2015) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa.

Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk penggunaan suatu produk atau jasa.

Menurut Philip Kotler dan A.B Susanto (2005), harga merupakan satu- satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi. Tjiptono (2014) menyatakan bahwa dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga menurut Shinta (2011) pada dasarnya terdapat 4 (empat) tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan yang berorientasi pada laba yaitu meliputi 2 (dua) pendekatan yaitu:
   a. Maksimalisasi laba (asumsi teori ekonomi klasik).
   b. Target laba.
2. Tujuan yang berorientasi pada volume (volume pricing objectives).
   Dalam tujuan ini harga ditetapkan sedemian rupa agar dapat mencapai target penjalan, nilai penjualan atau pangsa pasar (absolute atau relative).
3. Tujuan yang berorientasi pada citra.
   Citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penerapan harga. Penetapan harga, baik itu penetapan harga tinggi maupun penerapan harga rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan dalam suatu perusahaan.
4. Tujuan stabilitas harga.
   Tujuan ini dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri (industry leader).
5. Tujuan-tujuan lain.
   Harga juga dapat ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, memeprtahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau mencegah campur tangan pemerintah.

4. Variable Kepuasan Konsumen

Pengertian Variable Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen juga bida diartikan dengan kepuasan konsumen. Menurut Abdullah dan Tantri (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Assauri (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelangggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Sunyoto (2013) menyatakan bahwa dalam pemantauan dan penukuran kepuasan konsumen telah menjadi hal yang sanggat esensial baggi setiap perusahaan dan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Antar Variabel

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Hotel Noormans Semarang.

Service quality atau kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan konsumen, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan konsumen daripada pelayanan yang dikategorikan terbaik. Dengan melakukan pelayanan dengan kategori terbaik, maka akan membawa konsumen lebih puas.

Pengaruh Fasilitas hotel Terhadap kepuasan konsumen Hotel Noormans Semarang.

Pada sejumlah type jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara konsumen dengan Fasilitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Semakin baik fasilitas yang diberikan akan mendorong persepsi konsumen tentang fasilitas yang baik, lengkap dan memuaskan. Sehingga dapat disimpulkan fasilitas hotel memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan demikian peningkatan fasilitas hotel akan meningkatkan kepuasan konsumen dan penurunan fasilitas akan menurunkan kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Noormans Semarang.

Konsumen membentuk suatu persepsi dimana biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa bisa diterima dengan pembelian harga yang wajar sehingga kenormalan harga dapat membentuk kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan demikian peningkatan

konsep harga akan meningkatkan kepuasan konsumen dan penurunan nilai harga akan menurunkan kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Noormans Semarang.

Ketiga variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga merupakan variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ketika sebuah perusahaan jasa memiliki kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memuaskan dan penentuan harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan pada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada peneliti terdahulu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Hotel Noormans Semarang yang dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Agustus tahun 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke hotel noormans selama bulan februari dan maret tahun 2021 sebanyak 5.483 orang, sedangkan untuk sample penelitian ini peneliti memutuskan untuk melakukan cara pengambilan sampel random dengan menggunakan metode acak yaitu sebanyak 125 sample. Teknik analisis penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji anova dan uji koefisien determinasi diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga sama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berikut pembuktian berdasarkan uji anova dan uji koefisien determinasi. Data pengujian anova diperoleh bahwa F hitung sebesar 161.577 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Jadi Variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas hotel (X2) serta harga (X3) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel kepuasan konsumen (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit. Kemudian dari hasil pengujian determinasi, dapat dismpulkan bahwa perhitungan estimasi regresi diperoleh

nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,795 artinya 79,5% perubahan pada variabel dependen kinerja tenaga pendidik (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen kualitas pelayanan (X1), fasilitas hotel (X2) serta harga (X3). Sedangkan sisanya sebesar 20,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini. Jadi dengan demikian ketiga variabel independn pada penelitian ini sama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Akan tetapi dari ketiga variabel independen ini dicari satu variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen. Ketiga variabel independen yang diteliti adalah kualitas pelayanan (X1), fasilitas hotel (X2) dan harga (X3).

Berdasarkan hasil olah data, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien beta positif sebesar 0,701. Yang artinya variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai koefisien positif sebesar 0,701 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis membuktikan bahwa kuaitas pelayanan memang berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, apabila kualitas pelayanan pegawai hotel baik maka tentunya kepuasan konsumen akan terjadi begitupun sebaliknya apabila kualitas pelayanan pegawai hotel tidak baik maka kepuasan konsumen akan berkurang. Berikut ini adalah jwaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan dengan enam pernyataan yang masing-masing mendapatkan jawaban terbesar pada jawaban setuju dan sangat setuju, akan tetapi akan dijelaskan dari kesepuluh pernyataan yang dihasilkan di kuesioner penelitian terdapat satu pernyataan yang nilai meannya paling tinggi yaitu sebesar 4.18 dengan pernyataan kepekaan karyawan pada saat memberikan solusi dari keluhan yang disampaikan oleg konsumen dapat dihadapi dengan baik dan pernyataan konsumen merasa terbantukan dengan adanya fasilitas pendukung hotel. Dari hasil itu membuktikan bahwa dengan sikap kepekaan dari karyawan dalam memberikan solusi dari setiap keluhan yang disampaikan oleh konsumen memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen, kemudian pernyatan kedua membuktikan bahwa dengan adanya fasilitas pendukung hotel yang lengkap sangat memberikan dampak yang baik kepada konsumen dengan perasaan puas setelah mengunjungi hotel. Dengan demikian kualitas pelayanan

memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkaran kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang.

Pengaruh Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua menguji pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh koefisien positif sebesar 0,211 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, hal ini mengidikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya bahwa fasilitas hotel mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis membuktikan bahwa fasilitas hotel memang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, apabila fasilitas hotel yang disediakan untuk konsumen yang datang memadai dan kondusif maka kepuasan konsumen akan terjamin behgitupun sebaliknya apabila fasilitas hotel tidak memadai maka kepuasan konsumen akan menurun. Berikut ini adalah jwaban responden terhadap variabel fasilitas hotel dengan kesepuluh pernyataan yang masing-masing mendapatkan jawaban terbsesar pada jawaban setuju dan sangat setuju, akan tetapi akan dijelaskan dari kesepuluh pernyataan yang dihasilkan di kuesioner penelitian terdapat satu pernyataan yang nilai meannya paling tinggi yaitu sebesar 4.18 dengan pernyataan tata letak meja di kamar tidur tidak mengganggu kenyamanan konsumen dan pernyataan kamar mandi hotel selalu dijaga dan dibersihkan. Dari hasil kedua pernyataan itu dapat dikatakan bahwa dengan konsumen merasakan fasilitas kamar hotel, kenyamanan pada saat tidur tidak terganggu oleh setiap tata letak meja yang diatur oleh karyawan hotel dan kepuasan konsumen dari hasil perawatan karyawan yang telah menjaga kebersihan dan kenyamanan kamar hotel membuat kenyamanan dan keamanan konsumen yang tidur menjadi lebih baik. Dengan demikian fasilitas hotel memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkaran kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang.

Pengaruh Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua menguji pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh koefisien positif sebesar 0,211 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, hal ini mengidikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya bahwa fasilitas hotel mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis membuktikan bahwa fasilitas hotel memang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, apabila fasilitas hotel yang disediakan untuk konsumen yang datang memadai dan kondusif maka kepuasan konsumen akan terjamin behgitupun sebaliknya apabila fasilitas hotel tidak memadai maka kepuasan konsumen akan menurun. Berikut ini adalah jwaban responden terhadap variabel

fasilitas hotel dengan kesepuluh pernyataan yang masing-masing mendapatkan jawaban terbsesar pada jawaban setuju dan sangat setuju, akan tetapi akan dijelaskan dari kesepuluh pernyataan yang dihasilkan di kuesioner penelitian terdapat satu pernyataan yang nilai meannya paling tinggi yaitu sebesar 4.18 dengan pernyataan tata letak meja di kamar tidur tidak mengganggu kenyamanan konsumen dan pernyataan kamar mandi hotel selalu dijaga dan dibersihkan. Dari hasil kedua pernyataan itu dapat dikatakan bahwa dengan konsumen merasakan fasilitas kamar hotel, kenyamanan pada saat tidur tidak terganggu oleh setiap tata letak meja yang diatur oleh karyawan hotel dan kepuasan konsumen dari hasil perawatan karyawan yang telah menjaga kebersihan dan kenyamanan kamar hotel membuat kenyamanan dan keamanan konsumen yang tidur menjadi lebih baik. Dengan demikian fasilitas hotel memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkaran kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis ketiga menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Diperoleh koefisien positif sebesar 0,166 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini mengidikasikan hipotesis ketiga diterima. Artinya bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis membuktikan bahwa harga memang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena apabila harga dari semua produk yang ditawarkan hotel sesui harapan dan tidak memberatkan konsumen maka otomatis kepuasan konsumen akan meningkat. Berikut ini adalah jwaban responden terhadap variabel harga dengan enam pernyataan yang masing-masing mendapatkan jawaban terbsesar pada jawaban setuju dan sangat setuju, akan tetapi akan dijelaskan dari keenam pernyataan yang dihasilkan di kuesioner penelitian terdapat satu pernyataan yang nilai meannya paling tinggi yaitu sebesar 4.12 dengan pernyataan konsumen bisa membayar makanan di restaurant dengan menggunakan tunai dan non tunai. Dari hasil itu tentu sangat mempermudah konsumen dalam hal pembayaran semua biaya dari produk yang dijual Hotel Noormans Semarang karena tidak banyak konsumen yang membayar semua biaya non tunai aka tetapi dapat dibayarkan dengan uang cash pada indomaret dan alfamart. Dengan demikian fasilitas hotel memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkaran kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan, fasilitas hotel dan harga sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang, dan variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans. Berdasarkan hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan khususnya ialah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang. Fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Noormans Semarang.

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan, maka saran yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

General Manager, sebagai kepala hotel, sebaiknya agar terus memberikan pelatihan kepada pegawai sehingga pelayanan yang diberikan kepada konsumen bisa maksimal, kemudian terus melengkapi fasilitas hotel agar lebih memadai lagi untuk konsumen serta mengecek kembali harga-harga dari semua produk yang ditawaran oleh hotel agar tidak mengakibatkan konsumen menjadi tidak tertarik untuk datang karena harga produk yang tidak bisa dijangkau

Manager Bidang, sebagai kepala disetiap bidang yang ada di hotel, agar terus meningkatkankualitas pelayanannya dengan cara menambah referensi pengetahuan untuk melayani dan mengikuti pelatihan komepetensi sehingga konsumen merasa puas pada saat dilayani, kemudian terus mengelola fasilitas hotel dengan baik dengan cara mengecek kembali semua fasilitas agar dapat digunakan dengan layak oleh konsumen.

Pegawai, sebagai pegawai di hotel agar terus memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen yang datang, serta ikut serta menjaga fasilitas hotel dengan baik sehingga pada saat digunakan oleh konsumen kondisi fasilitas dalam keadaan yang baik

DAFTAR REFERENSI

Ananda, N. A., & Rizqi, R. M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(2), 17-27.

Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Denni, D. (2019). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Di Ud. Citra Bagas Surabaya (Doctoral Dissertation, Universitas Katolik Darma Cendika).

Dewandi, D., Kasih, Y., & Cholid, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang.

Fandy, T. (2004).” Manajemen Jasa”, Andy Offset, Yogyakarta.

Fandy, T. 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset

Fandy, T. & Gregorius, C. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.

Fishendra, M. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee And Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen (Jvm)*, *6*(1).

Halimah, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Hotel Ubud Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *5*(1).

Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, *2*(1).

Kotler, Philip.. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid 1*. Jakarta: Pt. Intan Sejati Klaten.

Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *4*(1).

Oniansyah, O. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa) (Doctoral Dissertation, Universitas Teknologi Sumbawa).

Rumekso. (2011). *Housekeeping Hotel*. Yogyakarta: Andi Offset

Sandy A, P. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Jade Imperial Restaurant Surabaya (Doctoral Dissertation, Universitas Katolik Darma Cendika).

Sari, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Mahasiswa Pengguna Pelayanan Go-Ride Dan Go-Food) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Tarigan, P. R. S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

Wahyuni, C., Yuliana, Y., & Pramudia, H. (2016). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap

Kepuasan Tamu Di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. *E-Journal Home Economic And Tourism*, *13*(3).