

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FACILITIES AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT SWISS BELHOTEL MALEOSAN MANADO*

Oleh:

**Kesia Rani Lumempow¹
Frederik G Worang²
Emilia Gunawan³**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

[1Kesialumempow@gmail.com](mailto:Kesialumempow@gmail.com)[2fworang@gmail.com](mailto:fworang@gmail.com)[3emiliagunawan@unsrat.ac.id](mailto:emiliagunawan@unsrat.ac.id)

Abstrak: Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang di dalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Penelitian ini dilakukan di Swiss Belhotel Maleosan Manado, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya kualitas pelayanan, fasilitas dan harga. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu simpulan. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,124 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t hitung 1,887 dan t tabel 1,983 dengan tingkat signifikan 0,062 > 0.05. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian diperoleh bahwa Fasilitas (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,374 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t hitung 4,633 dan t tabel 1,983 dengan tingkat signifikan 0,00 < 0.05. hal ini berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian diperoleh bahwa Harga (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,228 terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t hitung 2,277 dan t tabel 1,983. Hal ini berarti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian diperoleh bahwa seluruh variabel independen Kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai signifikan sebesar 0,00 < 0.05 atau dapat dilihat dari nilai (ANNOVA) t hitung 51.200 > t tabel 2,69. Hal ini berarti kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen

Abstract: Hotel is an accommodation service business in which there are elements of service comfort, and lodging facilities needed for those who want lodging facilities for family and vacation purposes. This research was conducted at Swiss Belhotel Maleosan Manado. The purpose of this study was to determine the quality of service, facilities and prices. This type of research is quantitative, namely research that analyzes data quantitatively and then interprets a conclusion. In this study, the data sources used are primary data and secondary data. The results showed that Service Quality (X1) had a regression coefficient of 0.124 on consumer satisfaction (Y) and a t-count value of 1.887 and a t-table of 1.983 with a significant level of 0.062 > 0.05. this means that the quality of service does not have a positive and significant effect on customer satisfaction. The results showed that the facility (X2) has a regression coefficient of 0.374 on customer satisfaction (Y) and the t-count value is 4.633 and the t-table is 1.983 with a significant level of 0.00 < 0.05. this means that the facility has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results showed that the price (X3) has a regression coefficient of 0.228 to consumer satisfaction (Y) and the t-count value is 2.277 and the t-table is 1.983. This means that the price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results obtained that all independent variables of service quality, facilities and prices on consumer satisfaction have a significant value of 0.00 < 0.05 or can be seen from the value (ANNOVA) t count 51,200 > t table 2.69. This means that the quality of

Keywords: Service quality, facilities and prices towards consumer satisfactio

Latar Belakang

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dari luar dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Menurut pendapat dari Lawson, hotel ialah wahana tempat tinggal umum untuk turis atau pelancing dengan membagikan fasilitas jasa kamar, fasilitator makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran. Hotel menurut Sulastiyono (2011:5).

Swiss Belhotel Maleosan Manado adalah hotel berbintang empat terbaik di Manado, karena hotel ini menyediakan tempat yang nyaman dan fasilitas yang bagus untuk konsumen yang ingin menginap, serta hotel ini memiliki keindahan alam yang memukau seperti keindahan panorama laut dengan latar pengunungan yang hijau. Swiss Belhotel Maleosan Manado terdapat 170 kamar yang disertai fasilitas yang baik bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi tingkat hunian kamar di hotel karena pendapatan terbesar hotel berasal dari penyewaan kamar. Tingkat kepuasan yang di rasakan konsumen berdampak langsung pada keinginan konsumen untuk menggunakan kembali jasa tersebut di kemudian hari yang pada akhirnya keseluruhan akan mempengaruhi tingkat hunian atau pendapatan hotel yang bersangkutan dalam jangka panjang. Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Salah satu faktor yang tidak ketinggalan untuk ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah harga. Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Dengan adanya perkembangan tingkat kritis dalam memilih hotel yang semakin baik akan membuat pengguna jasa menjadi lebih kritis dan makin pintar membandingkan pelayanan suatu hotel dengan hotel lainnya dan berpikir jangka panjang dalam menggunakan jasa hotel. Demikian juga dengan Harga dan lokasi Hotel, ini juga merupakan indikator. Harga yang bersaing dan lokasi yang strategis tampaknya sebagai alternatif pemilihan para pengguna jasa hotel sebagai tempat persinggahannya. Pentingnya faktor pelayanan memang sudah tidak dapat ditawar lagi oleh industri hotel, karena pelayanan kepada para pengguna menjadi dasar dari bisnis ini dimana merupakan bisnis pelayanan (service).

Faktor-faktor seperti tersedianya fasilitas yang baik dan canggih sebenarnya hanyalah merupakan features yang akan meningkatkan kepuasan pada pengguna jasa. Dengan adanya kualitas pelayanan, fasilitas beserta harga yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan dan fasilitas karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya di swiss belhotel manado untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya.

Tabel 1. Data Kunjungan Swiss Belhotel Manado Tahun 2019-2022

Tahun	Jumlah Kunjungan (orang)
2019	12.136
2020	1.916
2021	1.916
2022	1.916

Sumber: *Swiss Belhotel Manado tahun 2019*

Pada tabel diatas terlihat bahwa data kunjungan di Swiss Belhotel Maleosan Manado tahun 2019-2022. Pada tahun 2019 hotel ini mengalami peningkatan yang cukup besar yaitu 12.136 orang jumlah kunjungan di swiss belhotel manado. Dan pada tahun 2020 jumlah yang datang berkunjung di swiss belhotel maleosan manado mengalami penurunan yang cukup drastis pada tahun 2020 yaitu 1.916 orang sampai pada tahun 2022. Hal tersebut dikarenakan terjadinya covid 19 sehingga jumlah kunjungan yang ada di swiss belhotel berkurang. Kesimpulannya adalah jumlah data kunjungan wisatawan yang datang ke swiss bellhotel manado mengalami

penurunan drastis akibat adanya covid 19.

Tabel 2. Perbandingan Harga dan Fasilitas Kamar di Swiss Belhotel Maleosan Manado Dan Four Points by Sheraton Tahun 2022

Four Points by Sheraton Manado			Swiss Belhotel Maleosan Manado		
Tipe Kamar	Fasilitas	Harga tarif per malam (Rp)	Tipe Kamar	Fasilitas	Harga tarif per malam (Rp)
Guest room, 1 King, City view	<ul style="list-style-type: none"> Resepsionis [24 jam] Transfer bandara Penyewaan sepeda Parkir valet Pusat kebugaran Kolam renang [luar ruang] Layanan antar-jemput Wi-Fi gratis di semua kamar Wifi gratis 1 tempat tidur king Ukuran kamar: 28 m²/301 ft² Pemandangan kota Kamar Mandi 	Rp. 1,090,000	Kamar Deluxe Double atau Twin	<ul style="list-style-type: none"> 1 Tempat tidur Luas kamar 36 m² Pemandangan kota AC TV layar datar Kedap suara Minibar Wi-Fi gratis Peralatan mandi Jubah mandi Brankas Toilet Bathtub atau shower Lantai kayu/parket Stop kontak dekat tempat tidur Meja kerja 	Rp 983.000
Guest room, 1 King, Partial sea view	<ul style="list-style-type: none"> Pusat kebugaran Kolam renang luar ruang Resepsionis 24 jam Bar tepi kolam renang Restoran Wifi gratis 1 tempat tidur king Ukuran kamar: 25 m²/269 ft² Pemandangan laut Kamar Mandi 	Rp. 1,140,000	Kamar Deluxe Twin	<ul style="list-style-type: none"> 2 Tempat tidur Luas kamar 30 m² AC TV layar datar Kedap suara Minibar Wi-Fi gratis Peralatan mandi Jubah mandi Brankas Toilet Bathtub atau shower Lantai kayu/parket Handuk Seprai Stop kontak dekat tempat tidur Meja kerja 	Rp 983.000
Larger Guest room, 2 Twin/Single Bed(s), Sea view	<ul style="list-style-type: none"> Wifi gratis 2 tempat tidur single Ukuran kamar: 32 m²/344 ft² Pemandangan laut Kamar Mandi Aksesibilitas untuk semua ruang pertemuan Pusat kebugaran Pijat Sauna Spa Kolam renang [luar ruang] Tur Kamar bebas rokok 	Rp. 1,190,000	Kamar Deluxe Double	<ul style="list-style-type: none"> 2 Tempat tidur Luas kamar 36 m² Pemandangan kota AC TV layar datar Kedap suara Minibar Wi-Fi gratis Peralatan mandi Jubah mandi Brankas Toilet Bathtub atau shower Lantai kayu/parket Handuk Seprai Stop kontak dekat tempat tidur Meja kerja 	Rp. 1.128.200

Sumber: Olahan data Sekunder, Four Points by Sheraton Dan Swiss Belhotel Maleosan Manado Tahun (2022)

Tabel 2 di atas menunjukkan fasilitas yang diberikan oleh Swiss Belhotel Maleosan Manado lebih lengkap dibandingkan dari Four Point by Sheraton Manado, namun Swiss Belhotel Maleosan Manado menetapkan harga hunian yang lebih murah. Hal merupakan salah satu alternatif bagi konsumen untuk mengambil suatu keputusan untuk menginap di suatu hotel.

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di swiss bellhotel manado.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen di swiss bellhotel manado.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga hotel terhadap kepuasan konsumen di swiss bellhotel manado.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di swiss bellhotel manado.

TINJAUAN PUSTAKA**Hotel**

Menurut Sulastiyono (2011), Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Menurut Sulastiyono dalam Maluto (2014:1), Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2012) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Indikator-indikator Kualitas Pelayanan, Menurut Fandy Tjiptono (2012) sub indikator kualitas pelayanan ada lima yaitu, Wujud Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati.

Fasilitas

Menurut Suryo Subroto (2013: 22) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Menurut Tjiptono (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Indikator-Indikator Fasilitas Menurut Tjiptono (2014) indikator fasilitas ada enam, yaitu: Pertimbangan/perencanaan, Perencanaan ruangan, Perlengkapan/prabotan, Tata cahaya dan warna, Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Harga

Menurut Kotler (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Basu Swastha (2005) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Indikator-indikator harga, Indikator harga menurut Stanton (dalam Rosvita, 2010) ada empat indikator harga, yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kepuasan Konsumen

Pengertian Kepuasan Konsumen Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Indikator-indikator Kepuasan Konsumen menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono yaitu: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali dan Kesediaan merekomendasikan.

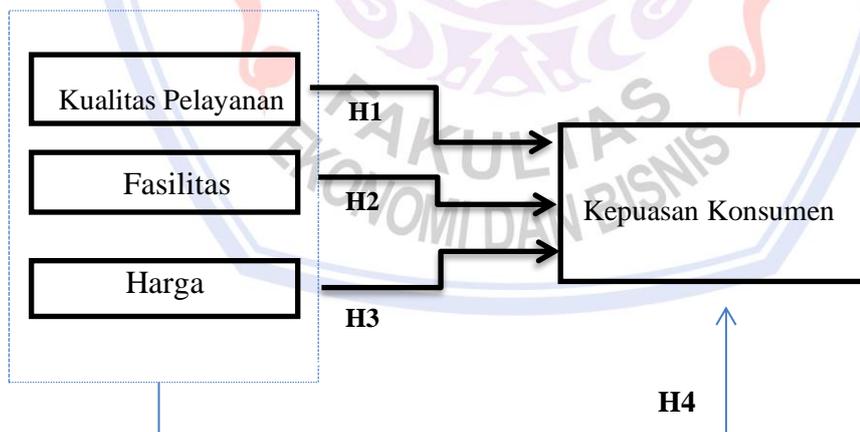
Penelitian Terdahulu

Penelitian Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2016) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pada hotel Yuta Di Kota Manado. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian asosiatif, dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel Yuta sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen akan kembali menginap.

Penelitian Sri Hartini (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sekura Palangka Raya, (2) Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. Secara simultan, kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya dengan kontribusi sebesar 60,9% dan sisanya 39,1% dipengaruhi variabel lain.

Penelitian Suparno Saputra. (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. Hasil dari penelitian mengenai penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan dikatakan baik karena berdasarkan tabel descriptive statistics penilaian konsumen secara kumulatif dapat dilihat nilai mean setiap indikator kualitas pelayanan berada diatas skor 4.01 maka penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan menyatakan baik. Hasil analisis deskriptif pada variabel kepuasan pelanggan terdapat tingkat kepuasan pelanggan sebesar 83,46 % menyatakan sangat puas. Dari hasil tersebut pelanggan sudah merasa puas atas pelayanan yang dilakukan oleh staff hotel. Hasil dari uji F secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 74,575.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori, (2022)

Hipotesis:

- H₁: Di duga Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
- H₂: Di duga Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H₃: Di duga Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsu
- H₄: Di duga Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu simpulan. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implekmentasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di swiss belhotel maleosan manado.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap di swiss belhotel manado, dimana jumlah populasinya tidak diketahui. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling, penentuan sampel yang diambil berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016:62).

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer yang dibutuhkan adalah data mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen data tersebut dipeoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden-responden terpilih yang berisikan pertanyaan mengenai variabel penelitian. Penulis memperoleh data primer ini dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung kepada konsumen di swiss belhotel manado. Data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis dari buku-buku, laporan-laporan dan internet, lain sebagai yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		105	
Normal Parameters ^a , b	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.22932196	
Most Extreme Differences	Absolute	.132	
	Positive	.121	
	Negative	-.132	
Test Statistic		.132	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.047d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.041
		Upper Bound	.052

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Berdasarkan Tabel 1 Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal karena besarnya nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* adalah 0,52 dimana lebih besar dari 0,05.

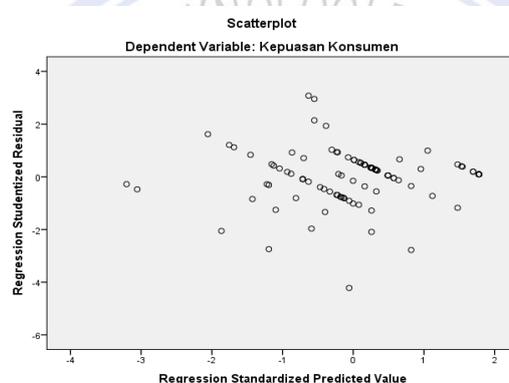
Uji Multikolinearitas**Tabel 2. Uji Multikolinearitas**

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	T		
1	(Constant)	.998	1.336		.747		
	Kualitas Pelayanan	.124	.066	.150	1.887	.620	1.612
	Fasilitas	.374	.081	.494	4.633	.345	2.897
	Harga	.228	.100	.220	2.277	.423	2.367

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Melihat hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel Kualitas pelayanan(X1) sebesar 1.612, fasilitas (X2) sebesar 2.897, harga (X3) sebesar 2.367, dan kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 1,015. Dasar penentuan terjadi multikolinearitas adalah jika nilai VIF < 0,1 atau nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Dengan demikian tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas**Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Berdasarkan Gambar 1 mengenai scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi dengan Y sesungguhnya) yang telah di standardized yang memperlihatkan titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, tersebar baik keatas maupun kebawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 3 berikut, maka persamaan regresi linear berganda dengan lima variabel independen sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 \\ = 998 + 0,124 + 0,374 + 0,228$$

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.998	1.336		.747	.457
	Kualitas Pelayanan	.124	.066	.150	1.887	.062
	Fasilitas	.374	.081	.494	4.633	.000
	Harga	.228	.100	.220	2.277	.025

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Nilai a sebesar 998 merupakan konstanta atau keadaan saat variable kepuasan konsumen belum dipengaruhi oleh variable lainnya yaitu variable kualitas pelayanan (x1), fasilitas (x2) dan harga (x3) jika variable independen tidak ada maka variable kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan.

B1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0,124 menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variable kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,124, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

B2 (nilai koefisien regresi x2) sebesar 0,374 menunjukkan bahwa variable fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variable fasilitas maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,374 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B3 (nilai koefisien regresi x3) sebesar 0,228 menunjukkan bahwa variable harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,228 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4 Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.998	1.336		.747	.457
	Kualitas Pelayanan	.124	.066	.150	1.887	.062
	Fasilitas	.374	.081	.494	4.633	.000
	Harga	.228	.100	.220	2.277	.025

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Uji t dikatakan berpengaruh jika nilai t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} > 1,983$ sedangkan apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari $t_{tabel} < 1,983$ maka uji t di katakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara individu/parsial terhadap kepuasan konsumen pada swiss belhotel maleosan manado sebagai berikut:

- Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) secara individu/parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan(X1) sebesar = 1,887 terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 1,887 < t_{tabel} 1,983$.
- Pengaruh variabel fasilitas (X2) secara individu/parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel fasilitas (X2) sebesar = 4,633 terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 4,633 > t_{tabel} 1$, adanya pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)
- Pengaruh variabel harga (X3) secara individu/parsial terhadap kepuasan. Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga(X3) sebesar = 2,277 terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 2,277 > t_{tabel} 1,983$ adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Uji F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.022	3	79.674	51.200	.000b
	Residual	157.168	101	1.556		
	Total	396.190	104			

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung $51.200 > F$ tabel 2,69, H4 diterima Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variable kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara bersamaan/simultan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777a	.603	.592	1.24745

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Aplikasi SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel di pengaruhi nilai koefisien R Square (R²) sebesar 0,603 atau 60,3%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,603 (60,3%).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Manado.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi hotel. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel maka kepuasan yang di rasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Hotel harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik yang diinginkan oleh konsumen agar konsumen dapat menetapkan pilihannya dan memutuskan untuk puas akan terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut dan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen untuk berkunjung kembali di hotel Swiss Belhotel Maleosan Manado. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Penelitian Utami, R. (2019), Lauw dan Kunto (2013), Akbar (2016), Basit, A., & Handayani, R. (2018).

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel fasilitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karna itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu penelitian Srijani. N (2017), Pantilu. D., Koleangan. R., dan Roring. F, (2018), Mutiara. A. F (2021).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Manado

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Harga dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. Harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, oleh karena itu harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Harga adalah suatu alat pemasaran kunci yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya, ini merupakan suatu yang berpengaruh kuat. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Maramis. F.S., Sepang. J.L., dan Soegoto. A.S. (2018), Alfandy, A, D,Y, (2021).

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. Dalam pengaruh Kualitas Pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara bersama/simultan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan nilainya yang positif dan yang signifikan karena nilai yang diperoleh menunjukkan hasilnya positif dan nilai signifikannya di bawah standar uji yaitu di bawah $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang/jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pelanggan yang puas ketika kualitas layanan, harga, dan fasilitas dirasa sesuai atau bahkan melebihi harapan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Haryanto, E. (2013)., Bailia, F.T., Soegoto. A, S., & Loindong. S. S.R. (2014), Mutiara. A. F (2021), Muslih, D. P, Bernadetta, S., dan Diansepti, M. (2020).

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado” yang datang kembali untuk menginap di swiss belhotel maleosan manado sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa Fasilitas (X2) bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa Harga (X3) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Hasil penelitian diperoleh bahwa seluruh variabel independen Kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Untuk Kualitas Pelayanan, swiss belhotel maleosan manado harus memperhatikan mutu karyawan, agar karyawan bisa meningkatkan kesadaran dan pemahaman karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat (sesuai permintaan konsumen) dan sesuai dengan motto penginapan.
2. Untuk Fasilitas, swiss belhotel maleosan manado harus selalu memperhatikan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen atau memperhatikan saran- saran konsumen, agar fasilitas yang diinginkan konsumen selalu terwujud untuk kebaikan sebuah hotel.
3. Untuk Harga, yang perlu diperhatikan keseimbangan antara pelayanan yang diberikan dengan harga harus diperhatikan agar konsumen merasa pantas dengan apa yang telah diberikan berdasarkan nominal uang, dan bisa memberikan discount harga kamar atau event-event tertentu.
4. Untuk Kepuasan Konsumen, swiss belhotel maleosan manado harus memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin atau memberikan fasilitas yang bagus tanpa menaikkan harga, itu akan membuat konsumen akan merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

Alfandy, A, D,Y, (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol.4 No.1, Februari 2022.
<https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>.

Ali Hasan, *Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan konsumen*, (Jakarta: 2013)

- Bailia, F.T, A, S, Soegoto, & S. S.R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2 No.3, September 2014. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal.1768-1780. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959>.
- Basit, A., & Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel (Studi Eksplanatif Pada Allium Hotel Tangerang). <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/954>. *Jurnal Lontar* Vol.6 No.2 Universitas Muhammadiyah Tangerang. Diakses pada tanggal 1 september 2022
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Liberty)
- Duffy dan Ketchand. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Suatu Pendekatan Strategi Oriental. Edisi kedua, Erlangga, Jakarta.Jakarta.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu media publisting).
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. *Kepuasan pelanggan* edisi 1, CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Hartini, S, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *AL-ULUM ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA*. Vol. 3, Nomor 1, April 2017. ISSN: 2476-9576. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/8719>.
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.3, September 2013. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal.750-760. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212>.
- Kotler dan Keller. 2014. *Marketing Management*. Fourteenth Edition. England: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia, 2012)
- Kotler. P & Lee. N (2007), *Pemasaran di Sektor Publik*, (Jakarta: Jaya Cemerlang).
- Matthew, H. R, (2017). Determinants Of Service Quality In The Hospitality Industry: The Case Of Malaysian Hotels. *Journal of Accounting – Business & Management* 14, 64-74, diakses pada tanggal 1 september 2022. https://www.researchgate.net/publication/354254933_Determinants_of_Service_Quality_in_the_Hospitality_Industry_The_Case_of_Malaysian_Hotels.
- Moha, S dan Loindong, S, (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pada hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.4 No 1 Maret 2016, Hal. 575-584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>
- Muslih, D. P, Bernadetta, S, Diansepti, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol. 9 No. 1, 2021 pp. 23-32 IBI Kesatuan ISSN 2337 –7860 E-ISSN 2721 –169X. 1 Maret 2021. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/427>.
- Mutiara. A. F (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. Vol 3 Nomor 3, Maret 2022. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4087>.
- Saputra, S, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*. Vol. 9, Nomor 2, September 2019. ISSN: 2087-3077. <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/576>.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung Alfabeta, 2010.
- Ujang Suwarman. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi ke-2, Ghalia Indonesia, Jakarta