

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Ria Septi Anggraini

203404516050



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA JAKARTA**

*ANALYZE THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON
CONSUMER SATISFICATION AT THE ACACIA JAKARTA HOTEL*

Ria Septi Anggraini

203404516050



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
HOTEL THE ACACIA JAKARTA**

Adalah gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali referensi yang jelas ke berbagai media. Tugas akhir belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar pada program serupa di universitas lain. Seluruh data dan informasi yang digunakan dinyatakan dengan jelas dan dapat diverifikasi.

Jakarta, 10 Februari 2024



Ria Septi Anggraini

203404516050

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA
JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Ria Septi Anggraini**

Nomor Pokok Mahasiswa : **203404516050**

Program Studi : **Pariwisata**

**Menyetujui,
Pembimbing Proposal Tugas akhir**



(Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par)

**Megetahui,
Ketua Program Studi Pariwisata**



(Gadis Pradini, S.Par., M.M)

Jakarta, 10 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

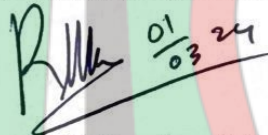
Judul Tugas Akhir : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA JAKARTA

Nama Mahasiswa : Ria Septi Anggraini
Nomor Pokok Mahasiswa : 203404516050
Program Studi : Pariwisata

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M. Par)

**Ketua Penguji,
Penguji,**



(Gagih Pradini, S.Par., M.M)

Anggota



(Anisa Putri K, SST.Par., M.M)

**Mengetahui,
Dekan,**



(Prof. Kumba Digdowisesio, S.E., M.App.Ec., ph.D)

ABSTRAK

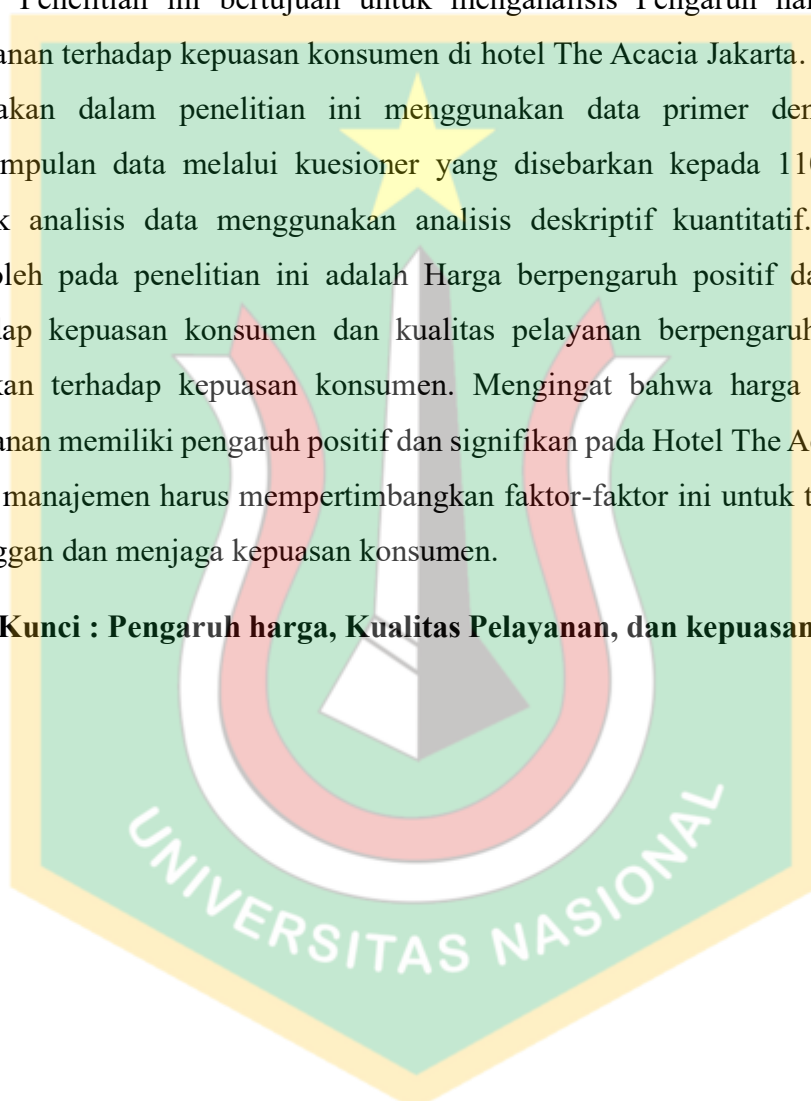
Oleh : Ria Septi Anggraini

NPM : 203404516050

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M. Par

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 110 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Mengingat bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Hotel The Acacia Jakarta, pihak manajemen harus mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk tetap menarik pelanggan dan menjaga kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan, dan kepuasan konsumen



ABSTRACT

By:

Ria Septi Anggraini

Thesis, under the guidance of Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par.

This research aims to analyze the influence of price and service quality on consumer satisfaction at The Acacia Jakarta hotel. The sample used in this research used primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 110 respondents. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis. The results obtained in this research are that price has a positive and significant effect on consumer satisfaction and service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Considering that price and service quality have a positive and significant influence on The Acacia Hotel Jakarta, management must consider these factors to continue to attract customers and maintain consumer satisfaction.

Keywords: The effect of price, service quality, and customer satisfaction



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Ria Septi Anggraini
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 12 September 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jln. Cipinang Kebembem IX no.65
5. No. Handphone : 081909789759
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : Riaseptianggraini12@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN RAWAMANGUN 04 PAGI
2. 2013 – 2016 : SMP MANBA'UL ULUM
3. 2016 – 2019 : SMK ATLANTICA WISATA
4. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 10 Februari 2024

Ria Septi Anggraini

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Proposal Tugas Akhir ini. Dalam kesempatan ini peneliti mengambil judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA JAKARTA”**.

Proposal Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan studi mahasiswi dalam Program Sarjana Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta. Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan dari pihak – pihak ini, Proposal Tugas Akhir yang telah peneliti buat mungkin tidak dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Sri Lestari dan Bapak Maryanto yaitu orang tua penulis sekaligus menjadi motivator dan pendukung penulis yang selalu mendoakan penulis agar selalu sukses dan selalu memberikan kasih sayang serta dukungan psikologis maupun materil.
2. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Nasional.
3. Bapak Prof Kumba Digdowiseiso, S.E.,M.App.Ec., Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Gagih Pradini, S.Par.,M.M. Selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M. Par Selaku Dosen pembimbing penulis yang selalu menyempatkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan, memberikan motivasi dan semangat saat bimbingan, petunjuk-

petunjuk dan saran yang berharga dalam penyusunan tugas akhir ini.

7. Segenap Dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional yang telah memberikan keilmuan serta berbagai wawasan dan pengalaman kepada penulis.
8. Terimakasih kepada Hotel The Acacia Jakarta yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh staff Hotel The Acacia Jakarta yang telah membantu menjadi partisipasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir.
10. Ade Rizky Arianto, Raihan Munir, Muhammad Wildan Dzikri yang telah menemani, membantu, dan mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman seperjuangan seperjuangan skripsi yang selalu mengingatkan dan berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir ini diantaranya, Juve Ridho, Fahrezzy dwitama, Muhammad Mirza Pahlevi, Chirstoper Jevon, Mochamad Alfaz, Naifa Ananda Putri, Hafidz Mulya, Rifky Setiawan dan lainnya.
12. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberi dukungannya untuk berjuang menyelesaikan skripsi diantaranya, Adelia Ananda putri, Alvianita Nabillah, Hairunissa, Ani Afhika, Balqies V Oxquina.

Peneliti menyadari bahwa, karena pengetahuan dan waktu yang terbatas, tugas akhir ini masih kekurangan dan jauh dari sempurna. Peneliti mengharapkan semua jenis saran dan masukan, termasuk kritik yang membangun dari berbagai sumber. Akhir kata, peneliti memohon maaf jika masih ada kesalahan dalam penyampaian tugas akhir.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	III
LEMBAR PERSETUJUAN.....	IV
LEMBAR PENGESAHAN.....	V
ABSTRAK	III
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian.....	7
1. Harga	7
2. Kualitas Pelayanan	9
3. Kepuasan Konsumen.....	12
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	14
1.Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	14
2.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	14
3.Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	15
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	16
D. Kerangka Analisis.....	17
E. Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Objek Penelitian.....	19
B. Rencana Dan Tahap Penelitian.....	19
C. Data Penelitian.....	20

1. Sumber Data dan Jenis Data.....	20
2. Populasi dan Sampel.....	21
D. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	23
F. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
A. HASIL PENELITIAN.....	29
1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	29
2. Sejarah Tempat Penelitian.....	29
3. Karakteristik Responden.....	31
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	46
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	32
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Tamu	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Rencana dan Tahapan Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Skala <i>Likerts</i> Untuk Kuesioner	23
Tabel 3.3 Penjelasan Indikator	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Kategori Berdasarkan Nilai Rata – Rata	35
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibitas	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedasitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....	42
Tabel 4.11 Hasil Durbin Watson	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Penelitian Uji T	43
Tabel 4.13 Hasil Uji F	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....	46

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada era ini, sektor pariwisata Indonesia telah berkembang dengan sangat cepat. Meningkatnya jumlah orang yang melakukan perjalanan wisata, baik di luar negeri maupun diluar negeri, menciptakan peluang dan hambatan untuk pertumbuhan pariwisata (Sowwam et al., 2018). Pada era globalisasi saat ini, dunia bisnis telah mengalami persaingan yang sangat ketat, termasuk bagi perusahaan perhotelan.

Sektor pariwisata melakukan cara untuk tetap berkembang dengan cara melakukan pengembangan pariwisata modern. Pariwisata dalam pengertian modern adalah fenomena masa kini yang dilandasi oleh meningkatnya persatuan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai akibat dari perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, dan peningkatan moda transportasi. Ini terutama disebabkan oleh kebutuhan akan kesehatan dan perubahan udara, kesadaran, dan penghargaan atau cinta terhadap keindahan alam E. Guyer Freuler, Yoeti dalam jurnal (Mularsari & Farika, 2022)

Dalam persaingan saat ini, banyak hotel baru yang dibangun dengan fasilitas dan model yang terbaru. Mengingat perkembangan persaingan, banyak pembisnis yang memikirkan cara dan strategi untuk kemajuan kepentingan bisnis yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memberikan nilai tambah bagi semua konsumen. Meningkatnya persaingan dalam industri perhotelan terjadi ketika daerah yang banyak meningkatkan sektor pariwisata dan perdagangan. Seiring berkembangnya sektor pariwisata dan perdagangan yang menarik, banyak wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk melakukan perjalanan wisata dan perjalanan bisnis.

Persaingan yang semakin meningkat, membuat pasar yang semakin kompleks, dan jumlah tamu yang sangat penting, pemasaran bisnis perhotelan harus dikelola secara profesional. Karena bisnis di bidang jasa, terutama hotel, bergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan

kemudian memuaskan pelanggan, keberhasilan mereka bergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada awalnya, setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda.

Salah satu jenis akomodasi adalah hotel, di mana sebagian atau sepenuhnya dikelola secara komersial untuk menyediakan penginapan, makanan dan minuman, serta layanan lainnya kepada masyarakat umum. Hotel biasanya didefinisikan sebagai bisnis akomodasi yang menawarkan penginapan, makanan, dan minuman, serta fasilitas lainnya kepada tamu, baik yang menginap atau hanya

Hotel The Acacia Jakarta berdiri pada tanggal 21 Juni 1996, berlokasi di Jl. Kramat Raya 73 - 81 Jakarta. Pada waktu itu diresmikan oleh Dirjen Pariwisata Bapak Andi Mapissameng. Pemilik Hotel The Acacia Jakarta adalah Bapak Robby Sumampow dengan badan hukum PT. Guntur Madu Tama, adapun sebagai manajemen operasi adalah Acacia Nusantara yang dipimpin oleh Bapak Herman Reza. Hotel The Acacia Jakarta menjalankan *standard international* untuk hotel berbintang empat dan memiliki 208 kamar. Semuanya dilengkapi dengan penyejuk udara, SLJJ dan SLI, beragam saluran televisi satelit dengan dua saluran pemutar film, dan Internet 24 jam. Dalam upaya memuaskan tamu Hotel The Acacia Jakarta memiliki motto "*Whatever You Need Just Ask Us*" dengan kata lain "Apapun yang anda butuhkan mintalah pada kami". Lambang / Logo The Acacia Jakarta terkandung arti *Big Tree*-Pohon Besar, *Eternity*-Keabadian, Daun Acacia- Kekompakan Tim. Berikut data jumlah tamu Hotel The Acacia Jakarta di bulan Juni - Agustus tahun 2023.

Tabel 1.1

Jumlah Data Jumlah Tamu Hotel The Acacia Jakarta

Hotel The Acacia Jakarta	Juni 2023	Juli 2023	Agustus 2023
Jumlah Tamu	4.125	3.658	3.166
Jumlah Tamu Keseluruhan	10.949		
Rata-Rata	37.7%	33.4%	28.9%

Sumber: Data Jumlah Tamu dari *Front Office Manager*

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diamati bahwa jumlah data tamu Hotel The Acacia Jakarta pada bulan Juni - Agustus memiliki persentase yang

berbeda pada bulan Juni 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (37,7%), pada bulan Juli 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (33,4%) dan pada bulan Agustus 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (28,9%). Dari tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah tamu Hotel The Acacia Jakarta mengalami ketidakstabilan perbulannya.

Dapat dilihat penurunan ketidakstabilan tamu setiap bulan berikutnya, menyadari beberapa faktor yang berkontribusi terhadap ketidakmampuan karyawan mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan adalah motivasi kerja. Karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi cenderung bekerja dengan lebih semangat, sementara karyawan dengan motivasi kerja yang rendah cenderung bekerja dengan kurang semangat. Perkembangan persaingan dunia bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring tamu lokal.

Penelitian ini diambil bertujuan untuk mengetahui penilaian kepuasan konsumen tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan di Hotel Acacia Jakarta, karena penulis mengetahui bahwa kepuasan konsumen yang terjadi di hotel the acacia berbeda dengan kepuasan konsumen tamu hotel the acacia di dunia maya, seperti *review* di *google*, *Traveloka*, dan *platform* lainnya. Karena hal itu penulis tertarik untuk mengambil judul tersebut untuk membuktikan hasil yang ada.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel The Acacia Jakarta dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya para konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis saat ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi sebuah perusahaan untuk strategi yang berbeda ketika mereka menjual produk yang sama.

Keputusan pelanggan untuk menginap juga diduga dipengaruhi oleh harga. Para pembeli melihat harga sebagai elemen yang paling jelas. Bagi pelanggan

yang tidak terlalu memahami aspek teknis pembelian jasa, harga seringkali menjadi satu-satunya faktor yang dapat mereka pahami. Bagi konsumen, faktor harga sangat sensitif. Ada beberapa pembeli yang sangat sensitif terhadap harga sehingga menjadi satu-satunya faktor yang mereka pertimbangkan sebelum membeli produk, karena pembeli agak sensitif terhadap harga. Namun, harga dan fasilitas yang diberikan harus seimbang karena menetapkan harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diterima perusahaan.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting untuk menarik konsumen. Kualitas pelayanan merupakan sebuah hal yang memiliki rangkaian unik yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan konsumen (wawan hermawan, 2018) Dalam hal ini kualitas pelayanan sesuai keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan kinerja yang dirasakan konsumen menentukan kualitas pelayanan secara keseluruhan, sedangkan kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik, atau sifat suatu produk atau pelayanan yang dipengaruhi kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang nyata maupun tersirat.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk menarik konsumen karena kualitas dapat membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Semakin baik layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka semakin tinggi loyalitas konsumen, dan citra perusahaan yang baik atau buruk akan berdampak besar pada keputusan konsumen untuk mengingap. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan produk dan jasa mereka dengan cara yang baik dibandingkan pesaing supaya dapat menarik konsumen.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kerinduan tempat wisata. Menurut Saputra dan Nugroho dalam jurnal (Vielra Valelncia & Garcia Giraldo, 2019), perilaku emosional mereka terhadap layanan setelah membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima menghasilkan hal ini. Menurut Shaw dan Hamilton dalam jurnal (Lara, 2022), kepuasan pelanggan adalah hasil positif dari emosi dan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan secara konsisten. Jika mereka memberikan pengalaman pelayanan yang baik, maka konsumen akan menciptakan perasaan emosional yang baik, yaitu kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kepentingan yang dapat membantu promosi hotel secara tidak langsung, pengunjung yang puas dengan layanan hotel akan memiliki kecenderungan untuk menyarankan orang lain untuk melakukannya juga. Ini sangat menguntungkan pengelola karena mereka mendapatkan bantuan secara tidak langsung dari kepuasan pelanggan untuk mempromosikan hotel.

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Acacia Jakarta yang diantaranya telah menggunakan media online dalam mempromosikan produk perhotelan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Acacia Jakarta.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari indentifikasi masalah yang ada di dalam penelitian ini maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan kepuasan konsumen yang berkunjung di hotel The Acacia Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta

D. Kegunaan Penelitian

Penulis dapat menyimpulkan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini Peneliti mendapatkan pengetahuan serta pemahaman dalam bidang penelitian mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyajiandalam bentuk laporan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini Memberikan solusi kepada pihak perusahaan, khususnya mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mengembangkan kinerja karyawan demi perkembangan dan perbaikan perusahaan yang diteliti.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi, ide dan informasi yang bermanfaat terkait dengan akomodasi dan restoran yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui factor harga dan kualitas pelayanan.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini Mendapatkan penambahan wawasan serta informasi bagi masyarakat akademis yang ingin mengetahui atau mengenal lebih lanjut seputar masalah harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkembangkan kinerja karyawan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang terkait dengan Variabel Penelitian

1. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan dalam jurnal (cahyani, 2019). Menurut Tjiptono dalam jurnal (Nurhikma et al., 2022) "Harga adalah kepemilikan suatu barang dan jasa." mata uang atau sarana lain (termasuk barang dan jasa lain) yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu hak atau penggunaan.

Menurut Suyoto dalam jurnal (Fajri Hidayat & Hijriyantomi Suyuthie, 2023), harga adalah "uang yang pembebanan yang diberikan terhadap sebuah produk khusus." Perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara, seperti harga keterjangkauan, harga yang didasarkan pada kualitas produk, harga daya saing, dan harga yang diposisikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Harga didefinisikan sebagai suatu imbalan yang ditentukan atas barang dan jasa yang di perjualkan, harga merupakan satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan itu fleksibel sepanjang waktu, tempat dan itu adalah satu-satunya komponen bauran pemasaran yang membuat pelanggan mempertimbangkan harga saat mereka membeli sesuatu. Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal (Keloay et al., 2019) "harga adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa" atau, dalam istilah yang lebih luas, "harga adalah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa."

Harga suatu produk juga dipertimbangkan saat membuat keputusan pembelian; oleh karena itu, harga harus tepat, karena kesan terlalu murah atau terlalu mahal akan menghalangi keputusan. Dari sudut pandang

konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai apabila dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atau nilai suatu barang dan jasa. Namun, dari sudut pandang pemasaran, perusahaan harus menetapkan harga yang tepat untuk memasarkan barang dan jasa tersebut dengan sukses.

Dapat disimpulkan bahwa harga dapat didefinisikan sebagai elemen dalam bauran pemasaran yang menjadi sebuah pendapatan yang dapat menghasilkan uang untuk menjadi alat tukar supaya mendapatkan barang ataupun jasa, jika struktur harga perusahaan tidak sejalan dengan keunggulan produk, kepuasan konsumen dapat menurun, sebaliknya kepuasan konsumen akan dapat meningkat karena penilaian dari konsumen.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut Stanton dalam (Nur Hayati.M, 2019) Beberapa faktor yang biasanya mempengaruhi keputusan penetapan harga, antara lain :

1) Permintaan produk

Langkah penting dalam menetapkan harga sebuah produk adalah mencerminkan permintaan produk secara keseluruhan. Hal ini dapat dilakukan dalam dua tahap: menentukan apakah ada harga tertentu yang diharapkan oleh pasar dan mempertimbangkan ukuran penjualan berdasarkan harga yang berbeda-beda.

2) Target Bagian Pasar Perusahaan

Perusahaan yang ingin meningkatkan bagian pasarnya dapat menetapkan harga yang lebih rendah dibandingkan perusahaan lain yang hanya ingin mempertahankan bagian pasarnya. Bagian pasar ini dipengaruhi oleh kapasitas produksi perusahaan dan kemudahan untuk bersaing.

3) Reaksi pesaing

Persaingan tersebut, biasanya disebabkan oleh produksi yang berganti dan produk yang tidak berganti, serta faktor-faktor lain yang berperan penting dalam menentukan harga dasar produk.

4) Penggunaan strategi penetapan harga

Untuk menjual produk baru, biasanya digunakan strategi filter pricing, yang menetapkan harga tinggi yang masuk dalam batas harga yang diharapkan atau yang diharapkan konsumen. Di sisi lain, penetapan harga penetrasi, yang menetapkan harga awal yang rendah untuk suatu produk dengan tujuan menarik banyak konsumen dalam waktu singkat.

5) Produk, saluran distribusi dan promosi

Untuk beberapa jenis produk, konsumen lebih suka membeli produk dengan harga yang lebih murah dengan kualitas dan kriteria yang mereka butuhkan. Perusahaan yang menjual produknya langsung kepada pelanggan dan melalui distribusi menetapkan harga yang berbeda. Sebaliknya, jika biaya promosi ditanggung oleh perusahaan dan pengecer, harga produk akan lebih murah.

c. Tujuan Penetapan Harga

Pada produsen biasanya memiliki sejumlah tujuan dan sasaran untuk mencapai ketika mereka menetapkan harga untuk setiap barang atau jasa yang di produksi. Setiap kebijakan harga memilih antara tujuan dan sasaran penetapan harga, tentunya dengan tujuan utama lebih memudahkan manajemen untuk menganalisis dan menilai setiap kebijakan, sehingga berdasarkan analisis dan evaluasi yang mereka lakukan, mereka dapat menetapkan harga yang sesuai dengan produk atau jasa mereka.

d. Indikator Harga

Menurut (Wolff, M., Tumbuan, WJA, 2022). diantaranya yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Khotler dalam jurnal (Fatihul et al., 2023), Kualitas pelayanan

adalah hasil yang diberikan seseorang kepada orang lain; ini dapat berupa tindakan tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan barang apa pun oleh siapa pun. Ini adalah salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa, menurut Sungadji dan Shopiah dalam jurnal (Naliyah Syahfitri & Kusnanto, 2022) Tingkat keunggulan pelayanan atau pelayanan yang diharapkan konsumen, yang membawa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya, dikenal dengan istilah kualitas pelayanan

Menurut (Mulyapradana, A., Anjarini, AD, & Harnoto, 2020), Untuk memberikan layanan prima, kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan. Ini penting bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan akan muncul apabila layanan diberikan dengan baik oleh karyawan. Menurut Tjiptono dalam jurnal (Demolingo et al., 2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Kasmir dalam jurnal (Sajidah & Anggarawati, 2023), “Kualitas pelayanan” mengacu pada segala upaya atau tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dengan tujuan memuaskan pelanggan atau karyawan. “Kualitas layanan yang diberikan” menunjukkan komitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi yang memuaskan. Karena kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang tidak terjadi tetapi dapat dirasakan oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam jurnal (Hijau et al., 2023) Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan bahwa informasi disampaikan dengan cepat dan sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan harus memastikan kualitas pelayanan, yang dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mendatangkan pelanggan baru

dan mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk pindah ke perusahaan lain.

Ketika kebutuhan pelanggan semakin bertambah dan ingin segala proses dilakukan dengan cepat dan tepat sehingga menghasilkan sesuatu yang nyata, maka pelayanan yang baik sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Calon pelanggan akan menjadi pelanggan jika menerima kualitas pelayanan yang lebih baik. Setiap pengelola bisnis dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan perusahaan lain kepada konsumen .

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting bagi kepuasan pelanggan.

b. Faktor Kualitas Pelayanan

Menurut (Ronaldo, 2018) mengemukakan ada empat faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Menjaga dan memperhatikan agar pelanggan merasakan kepuasan kualitas pelayanan pegawai dan sistem operasional dapat menyelesaikan permasalahannya.
- 2) Spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk memecahkan masalah pelanggan.
- 3) Pemecahan masalah, dimana pegawai yang bersentuhan langsung dengan pelanggan harus mempunyai kemampuan menyelesaikan tugas sesuai standar yang ada, termasuk pelatihan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik.
- 4) Perbaikan: Perusahaan harus mempunyai pekerja yang mampu menangani masalah tertentu jika terjadi kesalahan.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Gregorius dalam jurnal (Achmad Zakaria, 2018):

1) Realibilitas (*Realibility*)

Keandalan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang akurat, tepat waktu, dan bebas dari kesalahan.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Karena kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan, merespon permintaan mereka, memberi tahu kapan jasa akan diberikan, dan memberikan jasa dengan cepat.

3) Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan dapat meningkatkan rasa aman pelanggan. Hal ini juga memastikan bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

4) Empati (*Empathy*)

Ketika sebuah organisasi memahami dan peduli dengan masalah para pelanggannya, memberikan perhatian khusus kepada para pelanggan, dan memiliki jam kerja yang nyaman.

5) Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkaitan dengan seberapa menarik fasilitas fisik perusahaan, peralatan, dan material yang digunakan serta penampilan.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Dalam jurnal (Zahra, Putri, 2021), kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana pelanggan pengguna produk atau jasa suatu perusahaan merasa sangat puas terhadap produk atau jasa yang diterima. Salah satu ukuran keberhasilan bisnis adalah kepuasan konsumen yang berdampak pada jumlah penjualan, ketika pelanggan merasa puas, mereka lebih cenderung untuk mempertahankan produk yang di pasarkan dan membangun loyalitas (Thungasal & siagian, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi, sehingga menghasilkan pembelian berulang atau loyalitas. Konsumen akan merasa puas terhadap suatu produk yang mereka beli, mereka cenderung untuk kembali membeli produk tersebut, yang pada gilirannya menghasilkan loyalitas konsumen. Menurut (Indrasari, 2019), Faktor utama yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian kembali adalah kepuasan pelanggan yang

mewakili sebagian besar dari total penjualan perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai cara pelanggan menanggapi perasaan mereka setelah membandingkan kinerja produk yang mereka terima dengan harapan mereka.

Kepuasan konsumen atau kepuasan pengunjung menurut teori Model Disconfirmation Expectancy, yang diusulkan oleh Oliver dalam jurnal (Demolingo et al., 2022), teori ini menjelaskan bahwa perbandingan antara keinginan konsumen sebelum membeli dan apa yang mereka dapatkan setelah membeli suatu barang atau jasa menentukan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Sedangkan menurut Arifin dalam jurnal (Bisnis, 2024) dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen, gagasan tentang kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan hasil yang diharapkan dari produk atau jasa yang mereka gunakan dengan apa yang mereka dapatkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang mereka cari dan yang harus dipenuhi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan elemen yang paling penting dari kinerja perusahaan karena dapat memberikan nilai tambahan terhadap hasil kinerja perusahaan.

b. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono dalam (Saputra, S., & Sudarsa, 2019), indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

- 1) *Re-Purchase* : ini adalah ketika konsumen kembali ke perusahaan untuk mendapatkan barang dan jasa.
- 2) Menciptakan "*Word of Mouth*": pelanggan akan mengatakan hal baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) Menciptakan merek: pelanggan tidak akan melihat barang dan iklan pesaing.
- 4) Mengambil keputusan untuk membeli dari perusahaan yang sama: konsumen akan membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

c. Faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Gaspersz dalam jurnal (Muis et All, 2018) menyatakan bahwa penilaian dan ekspektasi konsumen dipengaruhi oleh hal-hal berikut:

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang dirasakan konsumen saat melakukan transaksi.
- 2) Pengalaman orang lain Ketika menggunakan produk dari perusahaan atau pesain lainnya.
- 3) Pengalaman dari sebelumnya.
- 4) Komunikasi yang dilakukan melalui ikatan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi konsumen

B. Keterkaitan Antar Variabel

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Penetapan harga adalah kebijakan pemasaran yang berdampak langsung pada pendapatan karena sangat penting dalam dunia bisnis. Menurut G. Kotler, P. dan Amstrong dalam jurnal (Yulita & Safrizal, 2023), harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diberikan untuk suatu produk atau jasa atau nilai yang diberikan kepada konsumen sebagai imbalan atas memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hal ini dapat didefinisikan dengan mengacu pada metrik harga seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan keuntungan

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa banyak uang yang akan diterima atau diperoleh oleh suatu bisnis dari barang atau jasa.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dalam dunia bisnis terutama bisnis jasa itu merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan. Menurut pendapat Lovelock et all dalam jurnal (Thungasal & siagian, 2019), Pelanggan yang mendapatkan layanan berkualitas tinggi dari perusahaan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dibentuk oleh kualitas layanan yang sangat memuaskan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Apabila kualitas layanan sesuai dengan atau bahkan melampaui harapan

pelanggan, pelanggan akan merasa puas.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan karena dengan harga dan kualitas pelayanan yang memenuhi preferensi konsumen. Oleh karena itu, kepuasan konsumen sangat bergantung pada kinerja produk maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah ketika konsumen merasa nyaman ketika mereka mendapatkan produk yang dipilih yang memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk yang tidak dipilih Tjiptono dalam (Abdul Gofur, 2019)

Di samping faktor harga, kualitas juga sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Kualitas produk mencakup kondisi fisik, fungsi, dan karakteristik barang dan jasa, yang dinilai berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan oleh pelanggan, seperti durabilitas, reliabilitas, presisi, kemudahan pengoperasian, kemampuan perbaikan, dan atribut lainnya.

Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; oleh karena itu, perlu mempertimbangkan kebijakan penetapan harga untuk bersaing dengan para pesaing terutama dengan memperhatikan keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan. Tujuannya adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan nilai penjualan perusahaan dalam jurnal (Maharani Purnama, 2019).

Selain harga, kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan; salah satu cara perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen adalah dengan meningkatkan pelayanan, pelayanan atau jasa yang diberikan oleh pemilik jasa, seperti kemudahan, kelincahan, hubungan, kemampuan, dan kasih sayang yang ditunjukkan dengan tindakan dan metode dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian

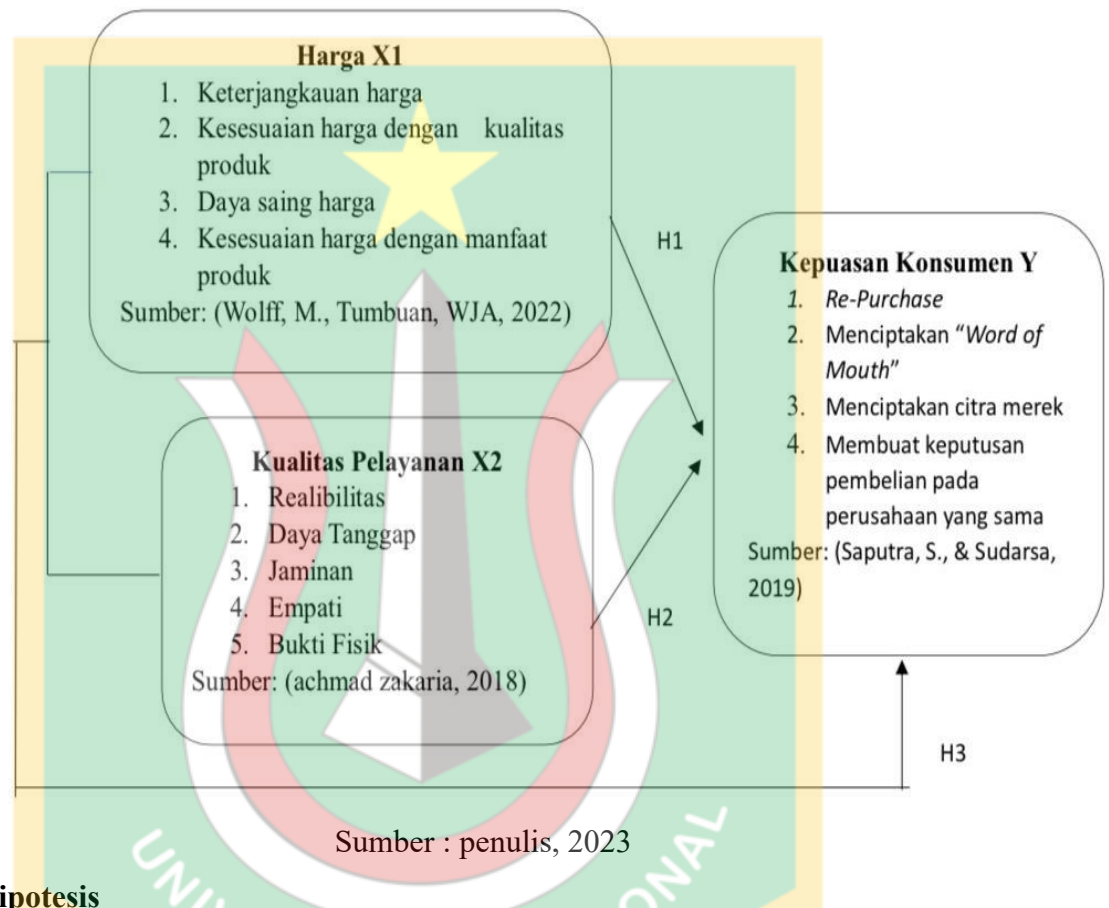
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1	Rahma Yulita, Safrizal, 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Grand Hawaii hotel Pekan baru	Kuantitatif.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
	Chandra Eddy Thungasal, Dr. Ir. Hotlan Siagian, M.Sc. 2019	Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Hotel Kasuari.	Kuantitatif	(1) kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan; (2) harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan;
3	Rita Mardiana, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Hotel X di Jakarta	Kuantitatif.	Menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap pelanggan.
4	Siska Widyawati, Ratih Puspitaningtyas Faeni, 2021	Pengaruh Marketing Online, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur	Kuantitatif.	Variable pemasaran online, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
5	Janet Arlita Rewa, 2019	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel Grand Aquila Bandung	Kuantitatif	Harga di Hotel Grand Aquila Bandung dapat di katakan baik akan tetapi masih ada yang dinilai harga yang sesuai pasaran dengan harga yang ditawarkan konsumen.

D. Kerangka Analisis

Berdasarkan dari teori dan penelitian terdahulu yang di kemukakan, dapat digambarkan kerangka pemikiran yang dijadikan dasar pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2.1 Kerangka Analisis



E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang dikumpulkan. Berdasarkan pada uraian kerangka pemikiran diatas, maka penelitian dapat merumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak Terdapat pengaruh harga terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.

H1: Terdapat pengaruh harga terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.

H0 :Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.

H2: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.

H0: Tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.

H3: Terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konsumen pada Hotel The Acacia Jakarta yang berlokasi di Jalan Kramat Raya 73-81, Rt 01 Rw 07, Kramat, Senen, Jakarta Pusat 10450.

Variabel penelitian yang sedang diteliti terdapat dua sudut peran, diantaranya:

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya. Kata lain dari variabel independen yaitu yang diduga pula sebagai sebab (*presumed cause variable*). Variabel independent juga dikatakan sebagai (*antecedent variable*) yang artinya variabel yang mendahului. Dalam penelitian ini yang masuk kedalam indepen adalah variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terpengaruh) digambarkan sebagai variabel yang dapat dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel lainnya. Variabel terikat dengan kata lain diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*). Variabel terikat bisa juga disebut variabel konsekuensi (*consequent variable*). Dan dalam penelitian ini variabel terikat adalah variabel kepuasan konsumen.

B. Rencana dan Tahapan Penelitian

Table 3.1 Rencana dan Tahapan Penelitian

No	Rencana Kegiatan	2023			2024	
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul					
2	Penyusunan Proposal					
3	Revisi Proposal					
4	Seminar Proposal					
5	Pengumpulan Data					
6	Pengolahan dan Analisis Data					
7	Sidang Tugas Akhir					

Sumber: Data diolah, 2023

C. Data Penelitian

1. Sumber Data dan Jenis Data

a. Sumber Data :

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1) Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah pihak dari tamu yang menginap di hotel The Acacia Jakarta. Sumber data primer penelitian ini didapatkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner mengenai Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di hotel The Acacia Jakarta.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang sumber utama. Dapat dikatakan juga data yang tersusun dari dokumen-dokumen, dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data sekunder berupa :

- a) Literatur berupa buku, jurnal, landasan hukum yang terkait dengan rumusan penelitian.
- b) Artikel-artikel yang beredar di media yang dapat diakses secara online.
- c) Data pengunjung, data ini merupakan data yang diambil berdasarkan hasil data hotel dari pengunjung yang menginap di hotel The Acacia Jakarta.

Jadi, pada penelitian ini peneliti akan menggunakan sumber data primer dan data sekunder yang akan menyebarkan kuesioner kepada para tamu hotel. Lalu teori yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan buku, jurnal, artikel, dan juga data tamu di hotel tersebut.

b. Jenis data

Jenis data yang dipilih peneliti adalah penelitian kuantitatif . penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa sifat manusia dapat diprediksi berdasarkan kenyataan sosial, ilmiah dan terukur (Nuriah, 2019). Pemakaian riset jenis penelitian kuantitatif memiliki data yang valid, perihal itu ditunjang oleh

pemilihan permasalahan, identifikasi permasalahan, pembatasan serta formulasi permasalahan yang akurat, dan disinkronkan dengan penetapan populasi serta ilustrasi yang benar dari Perusahaan maupun sumber-sumber yang memiliki data valid.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Nanang Martono dalam artikel (Suriani, 2023), populasi adalah seluruh objek atau subjek yang berada di suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat yang berkaitan dengan masalah peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah suatu sifat suatu objek atau subjek yang dapat digeneralisasikan dengan cara yang ditentukan oleh peneliti sehingga populasi tersebut mudah dijangkau. Data populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang menginap di hotel The Acacia Jakarta pada bulan juni, juli dan agustus dengan populasi sebanyak 10.949 tamu.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi ini. Dalam penelitian ini digunakan metode *non-probability* sampling dengan *metode purposive sampling* yaitu untuk mengumpulkan data menurut pertimbangan tertentu dan kriteria yang diinginkan sebagai berikut:

- 1) Respondennya adalah tamu Hotel The Acacia Jakarta.
- 2) Konsumen yang mendapatkan pelayanan berkualitas selama menginap di Hotel The Acacia Jakarta.

Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dapat dilakukan dengan perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya sebanyak 110 tamu yang menginap.

Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

Rumus *slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Jumlah sampel/responden

N = Jumlah populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 10% (0,1) untuk populasi dalam jumlah besar.

Nilai e = 20% (0,2) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Dalam penjelasan yang telah dijelaskan keterangan sampel yang terdapat pada teknik Slovin adalah antara 10% - 20% atau 0,1 – 0,2 dari populasi penelitian.

Jumlah data populasi yang didapati dari BPS Statistik hotel The Acacia Jakarta adalah sebanyak 100 orang. Sehingga jumlah presentase yang akan dibuatkan adalah 10% atau 0,1 dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk pencapaian kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

Berdasarkan rumus *Slovin*, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{10.949}{1+100(0,1)^2}$$

$$n = \frac{10.949}{1+100(0,01)}$$

$$n = 1 + 109,45$$

$$n = 110,45$$

$$n = 110$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 110 responden. Dan tujuan utama pengisian kuesioner yang akan dijawab responden difokuskan pada para tamu yang menginap di hotel The Acacia Jakarta. Jumlah responden sebanyak 100 orang ini mewakili sampel penelitian yang telah dibuat dan diambil dari populasi yang telah ditentukan.

D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan alat pendukung penelitian. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data ini untuk membantu dalam penelitian yang dilakukannya. Ada beberapa jenis dan teknik alat pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner.

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meminta responden menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti kemudian mengolah hasil jawaban responden tersebut menjadi data. menggunakan SPSS. Tanggapan diukur pada skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2021), ada lima kategori respon yaitu:

Tabel 3.2 Skala *Likerts* untuk Kuesioner

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional menggambarkan variabel, memungkinkan peneliti untuk mengukurnya dengan cara yang sama atau mengembangkan metode yang lebih baik untuk mengukurnya.

Definisi operasional bertujuan untuk memahami tingkat korelasi antara variabel suatu faktor dan variabel lain, dan untuk meningkatkan pemahaman penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dan satu variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y)

Table 3.3 Penjelasan Indikator

Variable	Indikator	Sub-Indikator
Harga	1.Keterjangkauan harga	1.Keterjangkauan arga kamar 2.Keterjangkauan harga makanan dan minuman
	2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1.Kesesuaian harga dengan kualitas produk jasa 2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk barang
	3. Daya saing harga	1. Daya saing harga kamar 2. Daya saing harga makanan dan minuman
	4.Kesesuaian harga dengan manfaat produk	1. Kesesuaian harga dengan manfaat produk jasa 2. Kesesuaian harga dengan manfaat produk barang
Kualitas Pelayanan	1. Reabilitas	1. Kemampuan untuk memberikan pelayanan 2. Kemampuan menerima keluhan tamu
	2. Daya tanggap	1. Kesadaran saat menerima keluhan tamu 2. Keinginan bertindak saat menerima keluhan tamu
	3. Jaminan	1. Jaminan kepuasan tamu 2. Jaminan keamanan tamu
	4. Empati	1. Memberikan bantuan yang dibutuhkan tamu. 2. Memberikan perhatian yang baik secara individual.
	5. Bukti fisik	1. Melayani dengan profesional 2. Melengkapi kelengkapan fasilitas fisik.
Kepuasan Konsumen	1. Re-Purchase	1. Meyakini konsumen agar melakukan pembelian ulang 2. Memberikan pelayanan yang berkesan
	2. Menciptakan “Word of Mouth”	1. Menyambut tamu dengan baik 2. Memberikan 5s: senyum, salam, sapa, sopan, santun.
	3. Menciptakan citra merek	1.Kemampuan untuk karyawan membedakan perusahaan lain 2. Karyawan memperbaharui citra merek sebelumnya
	4. Membuat keputusan pembelian yang sama	1. Mengajak karyawan lebih istimewa pada tamu 2. Kemampuan karyawan untuk bersaing dengan perusahaan lain

F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah sebagian cara yang digunakan untuk mengolah dan melakukan analisis data kuantitatif agar dapat menggambarkan suatu aktivitas dengan teratur. Statistik deskriptif bertujuan memberi tahu gambaran responden dan distribusi dari data penelitian (Ghozali, 2018). Penyajian data dalam statistik deskriptif adalah melalui table, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, media, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata, standar deviasi dan perhitungan presentase.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan untuk mengukur data ada atau tidak adanya keterkaitan antara pengaruh harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independen) terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (dependen). Rumus berganda menurut (Sugiyono, 2021) adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

E = *Error*

3. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner valid jika pertanyaan pada setiap item

kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh suatu kuesioner tersebut. menurut (Sugiyono, 2021), Keputusan suatu item valid atau tidak dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka, data tersebut valid.
- 2) $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka, data tersebut tidak valid.

b. Uji Realibitas

Uji realibitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (konsisten). Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien realibilitas dan apabila koefisien realibilitasnya lebih dari 0,6 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal atau reliable (Sugiyono, 2021)

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov test yang terdapat pada aplikasi SPSS. Keputusan distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel indepen lainnya (Ghozali, 2018). Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu:

- 1) Jika nilai tolerance $> 0,1$ nilai VIF < 10 , maka tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

2) Jika nilai tolerance $< 0,1$ nilai VIF > 10 , maka ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model.

c. Uji Heteroskedasitas

Menurut (Ghozali, 2018) memiliki tujuan untuk mengetahui apakah varian dalam model regresi berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Metode yang dapat digunakan untuk memastikan apakah ada heteroskedasitas dalam penelitian ini adalah uji Glejser.

Dalam pengambilan keputusan dalam uji heteroskedasitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,5$. Maka tidak adanya heteroskedasitas.
- 2) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai signifikans $< 0,5$. Maka adanya heterokedasitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memeriksa apakah ada korelasi dalam model regresi antara confounding error pada waktu t dan confounding error pada waktu $t-1$ (sebelum) (Ghozali, 2018). Ukuran yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW), yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $d < dL$ atau $d > 4-dL$, maka hipotesis ditolak dan adanya autokorelasi.
- 2) Jika $dU < d < 4-dU$, maka hipotesis nol diterima dan tidak adanya autokorelasi.
- 3) $dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$, maka tidak terdapat kesimpulan.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan sebagai bentuk untuk menguji hubungan antara variable independen dan variabel dependen secara individual atau parsial. Uji t bisa digunakan untuk memahami pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap variable terikat (Y) kepuasan konsumen. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung

dengan t table (Ghozali, 2018) Pada tingkat signifikan 0,05 dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi t hitung $>$ t table maka, hipotesis nol (H_0) diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila signifikansi t hitung $<$ t table maka, hipotesis nol (H_0) ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018) uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai objek untuk mengetahui apakah hasilnya menjadi signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan digunakannya probabilitas 5% ($\alpha = 0,05$). Berikut ketentuan dasar Uji F, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika F hitung $>$ F tabel dan berada pada $\text{sig} \leq 0,05$ maka H_0 diterima (model regresi valid).
- 2) Jika F hitung $<$ F tabel dan berada pada $\text{sig} \geq 0,05$ maka H_0 ditolak (model regresi tidak valid).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji (R^2) dilaksanakan guna menjelaskan dan mengukur seberapa kemampuan model dalam variabel independen. Untuk memperoleh hasil prediksi variabel dependen maka digunakan koefisien determinasi dengan tujuan memberikan penjelasan mengenai kebaikan dari model regresi (Ghozali, 2018).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi hasil Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitian yang diambil yaitu kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan pada gerai Hotel The Acacia Jakarta. Objek penelitian ini mencakup keseluruhan pelanggan yang pernah menginap pada Hotel The Acacia Jakarta yang dengan sukarela bersedia untuk menjadi subjek penelitian dengan mengisi kuesioner yang disediakan.

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, informasi diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden. Untuk keperluan analisis deskriptif, peneliti menyertakan karakteristik responden seperti nama, usia, dan jenis kelamin. Pencantuman karakter-karakter tersebut dimaksudkan agar peneliti dapat melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap data dan memahami karakteristik mayoritas dan minoritas responden.

2. Sejarah Tempat Penelitian

a. Sejarah Tempat Penelitian

Hotel The Acacia Jakarta berdiri pada tanggal 21 Juni 1996, berlokasi di Jl. Kramat Raya 73 - 81 Jakarta. Pada waktu itu diresmikan oleh Dirjen Pariwisata Bapak Andi Mapissameng. Pemilik Hotel The Acacia Jakarta adalah Bapak Robby Sumampow dengan badan hukum PT. Guntur Madu Tama, adapun sebagai manajemen operasi adalah Acacia Nusantara yang dipimpin oleh Bapak Herman Reza. Hotel The Acacia Jakarta menjalankan *standard international* untuk hotel berbintang empat dan memiliki 208 kamar. Semuanya dilengkapi dengan penyejuk udara, SLJJ dan SLI, beragam saluran televisi satelit dengan dua saluran pemutar film, dan Internet 24 jam. Dalam upaya memuaskan tamu Hotel The Acacia Jakarta memiliki motto "*Whatever You Need Just Ask Us*" dengan kata lain "Apapun yang anda butuhkan mintalah pada kami".

Lambang / Logo The Acacia Jakarta terkandung arti *Big Tree*-Pohon Besar, *Eternity*-Keabadian, Daun Acacia- Kekompakan Tim.

b. Visi dan Misi

Setiap perusahaan memiliki tujuan, aspirasi, sasaran, dan pandangan yang ingin mereka capai. Perusahaan membuat gambaran dan tujuan ini dalam bentuk visi dan misi dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Visi dan misi sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan karena mereka membantu menetapkan jalan yang jelas, memastikan bahwa bisnis terus berkembang, dan merencanakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

1. Visi

Terwujudnya sebuah hotel yang berkelas yang memiliki pelayanan professional dengan mengutamakan pelanggan.

2. Misi :

- 1) Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui pelayanan terbaik sehingga diperoleh kepuasan pelanggan.
- 2) Mendorong terciptanya kondisi financial yang sehat sehingga mampu memberikan kontribusi keuntungan yang optimal bagi perusahaan.
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan suasana kerja yang kondusif serta kooperatif untuk mewujudkan kepuasan kerja dan kesejahteraan karyawan.
- 4) Memperoleh “goodwill” sebagai umpan balik dari manfaat yang diberikan terhadap lingkungan sosial masyarakat.

c. Stuktur Organisasi

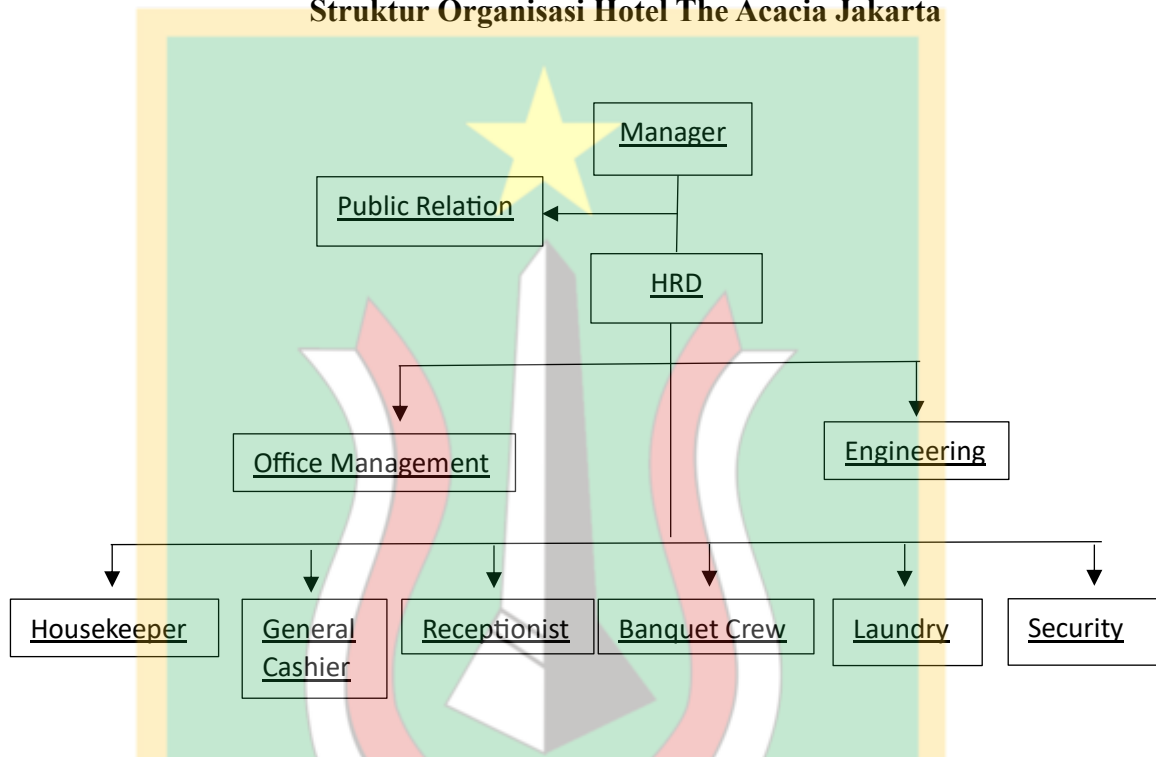
Struktur organisasi yang baik dan jelas diperlukan untuk menjalankan perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Ini dilakukan agar setiap pekerja tahu apa yang harus dilakukan dan agar tidak ada gangguan dalam melakukan pekerjaan. Untuk memenuhi kebutuhan organisasi tertentu, struktur organisasi harus disesuaikan dengan mempertimbangkan komponen yang diperlukan. Proses pencapaian tujuan yang baik berarti adanya konsistensi dan fokus dalam upaya pemimpin

yang mengintegrasikan visi dan misi kepada pegawai, dengan timbal balik pegawai yang berkinerja baik secara konsisten dan fokus sesuai sistem yang telah dirancang untuk kelangsungan hidup organisasi.

Berikut stuktur organisasi yang ada pada hotel The Acacia Jakarta :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Hotel The Acacia Jakarta



Sumber : Data Perusahaan

3. Karakteristik Responden

Berikut adalah profil 110 responden yang terlibat dalam penelitian ini yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada konsumen Hotel The Acacia Jakarta. Karakteristik responden yang diperhatikan melibatkan nama, usia, dan jenis kelamin.

a. Profil Responden berdasarkan Usia

Analisis usia dapat menjadi alat yang efektif untuk memahami struktur usia responden. Rentang usia seseorang dapat memengaruhi pola berpikir dan kemampuan dalam mengambil keputusan secara logis. Berikut tabel dari karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 4.1

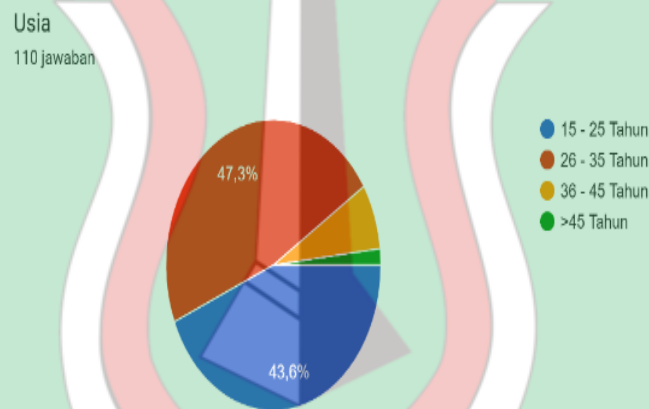
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Presentase (%)
15-25 Tahun	48	43,60%
26-35 Tahun	52	47,30%
36-45 Tahun	8	7,30%
>45 Tahun	2	1,80%
Total	110	100%

Sumber : Hasil Kuisoner, diolah tahun 2024

Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Hasil Kuisoner, diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas, , hasil dari kuesioner dengan melibatkan 110 responden menunjukkan terdapat usia konsumen Hotel The Acacia Jakarta berusia 15 - 25 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase 43,6%, berusia 26 - 35 tahun sebanyak 52 orang dengan persentase 47,3%, berusia 36 - 45 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 7,3% dan berusia lebih dari 45 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 1,8%. Berdasarkan hasil pada kuesioner banyaknya konseumen Hotel The Acacia Jakarta berdasarkan faktor usia didominasi dengan umur 26 - 35 tahun.

b. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori jenis kelamin, yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dapat dilihat di tabel di bawah ini :

Tabel 4.2

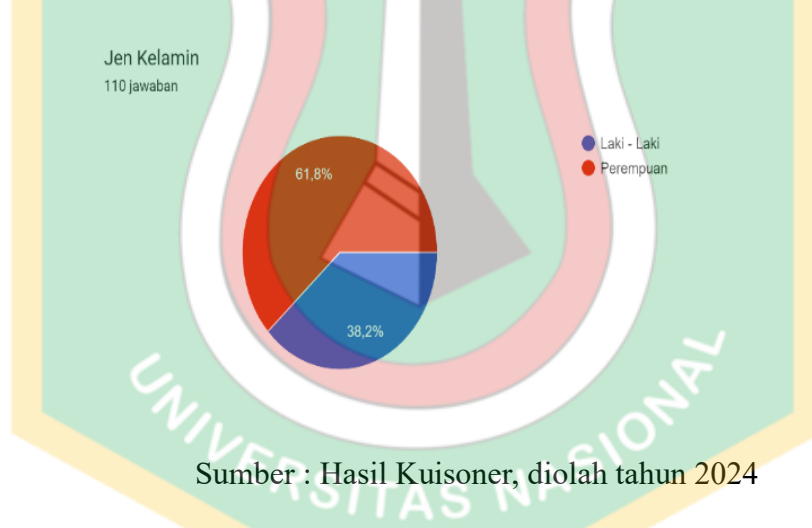
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase(%)
Laki - Laki	42	38,20%
Perempuan	68	61,80%
Total	110	100%

Sumber : Hasil Kuisoner, diolah tahun 2024

Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Hasil Kuisoner, diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari kuisoner dengan melibatkan 110 responden menunjukkan bahwa terdapat 68 konsumen Hotel The Acacia Jakarta yang berjenis kelamin perempuan, mencapai persentase sebesar 61,8% dan terdapat 42 orang konsumen Hotel The Acacia Jakarta yang berjenis kelamin laki-laki, dengan persentase sebesar 38,2%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen perempuan di Hotel The Acacia Jakarta lebih dominan dibandingkan dengan jumlah pelanggan laki-laki.

4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk merangkum dan menggambarkan data dalam bentuk yang lebih sederhana. Tujuan utama dari statistik deskriptif adalah memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik dasar dari suatu kumpulan data. Metode ini mencakup berbagai ukuran tendensi pusat, seperti rata-rata dan median, serta ukuran sebaran seperti deviasi standar dan rentang.

Dalam tabel 4.3, terdapat kategori dasar yang digunakan untuk menggambarkan mean (rata-rata) tanggapan responden terhadap setiap pertanyaan. Kategori tersebut dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, dan Sangat Setuju. Data ini memberikan gambaran komprehensif tentang sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Perhitungannya sebagai berikut:

1. Nilai Skala Maksimum = 5
2. Nilai Skala Minimum = 1

Tabel 4.3

Kategori Berdasarkan Nilai Rata-Rata

Kategori	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Hasil Kuisoner, diolah tahun 2024

b. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu data yang dapat dilihat dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Berikut adalah hasil uji analisis statistik deskriptif :

Tabel 4.4

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga (X1)	110	18,00	38,00	32,6727	3,96570
Kualitas Pelayanan(X2)	110	20,00	39,00	33,8364	3,68863
Kepuasan Konsumen (Y)	110	18,00	40,00	33,4000	4,22357
Valid N (listwise)	110				

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti untuk variabel harga (X1) memperlihatkan nilai minimum sebesar 18 dan nilai maximum sebesar 38. Selain itu, nilai rata-rata variabel harga sebesar 32,6727 dengan standar deviasi sebesar 3,96570.

Hasil analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan (X2) didapatkan nilai minimum sebesar 20 dan nilai maximum sebesar 39. Selain itu, untuk nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 33,8364 dengan nilai standar deviasi sebesar 3,68863.

Kemudian hasil analisis deskriptif untuk variabel faktor kepuasan konsumen (Y) didapatkan nilai minimum sebesar 18 dan nilai maximum sebesar 40. Selain itu, untuk nilai rata-rata dari variabel kepuasan konsumen sebesar 43 dengan standar deviasi sebesar 4,22357.

c. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Berdasarkan hasil dari kuesioner dengan melibatkan 110 responden yang disebar kepada konsumen Hotel The Acacia Jakarta.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	Signifikan-si	R Tabel	Taraf Sig.	Keterangan
Harga	X _{1.1}	0,504	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.2}	0,653	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.3}	0,612	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.4}	0,619	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.5}	0,671	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.6}	0,694	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.7}	0,676	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{1.8}	0,684	0,001	0,187	0,05	Valid
Kualitas Pelayanan	X _{2.1}	0,600	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.2}	0,692	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.3}	0,596	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.4}	0,481	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.5}	0,607	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.6}	0,772	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.7}	0,714	0,001	0,187	0,05	Valid
	X _{2.8}	0,601	0,001	0,187	0,05	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,772	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.2	0,629	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.3	0,766	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.4	0,674	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.5	0,759	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.6	0,736	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.7	0,590	0,001	0,187	0,05	Valid
	Y.8	0,711	0,001	0,187	0,05	Valid

Sumber SPSS 29, diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.5 merupakan hasil uji validitas dengan penelitian semua item dan dinyatakan valid. Berikut penjelasan dari keputusan guna menganalisis validitas indikatornya :

- a. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ = valid
- b. Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ = tidak valid

Cara menilai R_{tabel} dengan $N = 110 - 2 = 108$ responden pada signifikansi 5% pada distribusi nilai R_{tabel} statistik. Maka diperoleh nilai R_{tabel} untuk 108 adalah sebesar 0,187.

Adapun cara melihat signifikansi (sig) :

- a) Jika nilai sig $< 0,05$ = valid
- b) Jika nilai sig $> 0,05$ = tidak valid

Maka berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS, diketahui bahwa instrumen pernyataan bernilai valid jika nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

2) Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya ketika tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut menunjukkan konsistensi. Uji reliabilitas, khususnya uji statistik Cronbach Alpha (α), merupakan metode penting untuk menilai sejauh mana instrumen pengukuran tersebut dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten. Penggunaan uji Cronbach Alpha (α) pada kuesioner membantu mengukur tingkat konsistensi internal antara item-item atau pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Hasil dari uji ini memberikan nilai koefisien alpha yang dapat diinterpretasikan untuk menentukan sejauh mana kuesioner tersebut dapat diandalkan sebagai alat pengukuran yang konsisten dan valid. Semakin tinggi nilai alpha, semakin tinggi pula tingkat reliabilitas instrumen tersebut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Realibitas

Variabel	N	Cronbach's Alpha	Batas Cronbach's	Keterangan
Harga (X1)	8	0,793	0,60	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	8	0,791	0,60	Reliable
Kepuasan Konsumen (Y)	8	0,857	0,60	Reliable

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen memperoleh nilai Cronbach's Alpha (α) yang lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam kuesioner tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Oleh karena itu, dapat dianggap bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten dalam mengukur aspek-aspek tersebut.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh dari sampel atau populasi memiliki distribusi normal atau tidak.

Salah satu metode umum yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah uji statistik Kolmogorov - Smirnov. Uji ini membantu peneliti untuk mengevaluasi sejauh mana distribusi data yang diperoleh dari sampel atau populasi mendekati distribusi normal. Dengan menerapkan uji Kolmogorov - Smirnov, peneliti dapat mengidentifikasi apakah data memiliki karakteristik distribusi normal atau tidak, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang tepat dalam penggunaan metode analisis statistik yang sesuai.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized d Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73571266
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,047
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,736
	99% Confidence Interval	Lower bound
		Upper bound
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance		
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000		

Sumber SPSS 29, diolah tahun 2024

Dari hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.7, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari nilai batas α (0,05). Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa metode regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, karena nilai signifikansi yang lebih besar menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah suatu proses pengujian untuk mendeteksi keberadaan masalah multikolinearitas dalam model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi memiliki korelasi tinggi satu sama lain. Uji ini menggunakan metode seperti *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengevaluasi sejauh mana variabilitas dari suatu variabel bebas dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya dalam model. Nilai VIF yang tinggi dapat menandakan adanya masalah multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardize B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	7.215	2.078		3.471	.001
Harga (X1)	,645	,129	,500	4,997	.282
Kualitas Pelayanan (X2)	,377	,115	,328	3,277	0,01

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai yang didapat dari hasil uji multikolinearitas mendapatkan nilai tolerance sebesar 0,444 yang dimana jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,253 < 10$ maka tidak terdapat gejala multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedasitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,929	,907		5,435	<,001
Harga (X1)	-,057	,036	-,214	-1,579	,117
Kualitas Pelayanan (X2)	-,050	,039	-,173	-1,282	,203

a. Dependent Variable: Res1

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Uji Glejser untuk heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Dasar dari uji heteroskedastisitas ini adalah jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada tabel 4.9 hasil uji signifikansi menunjukkan nilai 0,117 untuk variabel harga dan 0,203 untuk variabel kualitas pelayanan.

Artinya, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi untuk kedua variabel tersebut.

4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi melalui uji Durbin-Watson, digunakan untuk menilai keberadaan autokorelasi dalam suatu model regresi.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,828	1,75186	1,691
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan(X2), Harga(X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)					

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Autokorelasi terjadi ketika terdapat korelasi antara residual pada suatu periode (t) dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Metode pengujian autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin-Watson (DW). Berdasarkan pada tabel 4.15 hasil dari uji metode Durbin-Watson (DW) sebesar 1,691. Adapun dasar dari ketentuan metode Durbin-Watson (DW) yaitu :

- a) Jika $d < dL$ atau $d > 4-dL$, maka hipotesis ditolak dan adanya autokorelasi.
- b) Jika $dU < d < 4-dU$, maka hipotesis nol diterima dan tidak adanya autokorelasi.
- c) $dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$, maka tidak terdapat kesimpulan.

Tabel 4. 10
Hasil Durbin Watson

N	DW	dL	dU	4-dL	4-dU
110	1,691	1,6523	1,6832	2,3477	2,3168

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Pada tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$ dan $n = 110$ karena menggunakan 2 variabel bebas maka nilai dari dL pada $n = 110$ adalah 1,62523 dan nilai dU pada $n = 110$ adalah 1,6832. Jika menggunakan rumus maka $dU < d < 4-dU$ atau $1,6832 < 1,691 < 2,3168$ dapat diartikan bahwa hasil dari uji autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin-Watson (DW) hipotesis nol diterima dan tidak adanya autokorelasi.

e. Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Uji T dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah koefisien regresi dari variabel independen secara signifikan berbeda dari nol. Dalam konteks ini, uji T menilai apakah variabel independen secara statistik berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini memberikan informasi tentang sejauh mana variabel independen berkontribusi secara signifikan terhadap perubahan variabel dependen.

Selain itu, uji T juga membantu menentukan apakah koefisien regresi masing-masing variabel independen signifikan secara individu. Jika nilai signifikansi (p-value) dari uji T kurang dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (biasanya 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji hipotesis antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat digunakan dengan mencari statistik uji t dengan kriteria membandingkan nilai T_{hitung} dan T_{tabel} sebagai berikut :

- a) H_0 : Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka ditolak
- b) H_a : Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka diterima

Tabel 4. 11

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-2,796	1,588		-1,761	,081
	Harga	,260	,064	,244	4,100	<,001
	Kualitas Pelayanan	,818	.068	,715	11,984	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Untuk mengetahui nilai dari Ttabel maka dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut : $t(\alpha 0,05/2 ; n-k-1) = (0,025 ; 110-2-1) = (0,025 ; 107) = 1.982$.

Berdasarkan pada tabel 4.12 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bahwa nilai sig untuk pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Thitung $4,100 > T$ tabel 1.982 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Bahwa nilai sig untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,001 > 0,05$ dan nilai Thitung $11,984 > T$ tabel 1.982 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Uji F (Simultan)

Dalam tahap awal penelitian ini, uji f adalah untuk mengevaluasi apakah model regresi mampu memberikan penjelasan yang cukup terhadap pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Salah satu uji yang umum digunakan untuk tujuan ini adalah uji F, yang mengikuti distribusi F dan sering kali dibandingkan dengan kriteria uji seperti dalam One-Way Anova.

Uji F dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh bersama-sama dari harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel The Acacia Jakarta. Statistik uji F dihitung dan dibandingkan dengan nilai kritis dari distribusi F tabel untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4. 12

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1616,016	2	808,008	263,280	<.001 ^b
	Residual	328,384	107	3,069		
	Total	1944,400	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Berikut ketentuan uji yang membandingkan Fhitung dan Ftabel :

a) H0 : ditolak jika Fhitung > Ftabel (α 0,05)

b) Ha : diterima jika Fhitung < Ftabel (α 0,05)

Untuk mengetahui nilai Ftabel maka dapat dilakukan dengan cara berikut :

$$F(k ; n-k) = f(2 ; 110-2) = f(2 ; 108) = 3.08$$

Maka berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui nilai signikansi untuk pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $263,280 > 3,08$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima yang berarti terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

3) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 13

Hasil Uji Koefisien Determinasi

ANOVA^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912 ^a	,831	,828	1,752

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Uji F yang telah dilakukan sebelumnya berhasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen

(bebas) dan variabel dependen (terikat). Pada tahap ini, peneliti tertarik untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode yang digunakan untuk mengukur hal ini dikenal sebagai Koefisien Determinasi, yang direpresentasikan dengan nilai R square (R^2).

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai R square sebesar 0,831 hal ini dapat dinyatakan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 83,1%.

4) Pengujian Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,796	1,588		-1,761	,081
	Harga	,260	,064	,244	4,100	<,001
	Kualitas Pelayanan	,818	.068	,715	11,984	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : SPSS 29, diolah tahun 2024

Melalui model regresi tersebut, maka hasil regresinya adalah:

1. Konstan sebesar -2,796, artinya jika harga dan kualitas pelayanan adalah 0, maka nilai kepuasan konsumen adalah -2,796.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga (X1) diperoleh sebesar 0,260. Artinya, jika variabel harga (X1) naik sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,260 satuan dengan asumsi semua variabel lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh sebesar 0,818. Artinya, jika variabel kualitas pelayanan (X2) naik sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,818 dengan asumsi semua variabel lainnya tetap.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dalam penelitian ini diperoleh bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel The Acacia Jakarta. Analisis tersebut diperkuat dengan hasil yang didapat melalui beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, didapat nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai T hitung $4,100 > T$ tabel 1.982. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel The Acacia Jakarta.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dalam penelitian ini diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel, The Acacia Jakarta. Analisis tersebut diperkuat dengan hasil yang didapat melalui beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, didapat nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai T hitung $11,984 > T$ tabel 1.982. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel The Acacia Jakarta.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian nilai signikansi untuk pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $263,280 > F$ tabel 3.08 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 atau kepuasan konsumen diterima yang berarti terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Hotel The Acacia Jakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini mengenai harga dan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang telah dijabarkan menghasilkan bahwa variable harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.
2. Dari penelitian yang telah dijabarkan menghasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta.
4. Dalam hasil penelitian ini, variabel kualitas pelayanan memiliki faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta sebesar 11,984.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian ini, semoga bermanfaat bagi perusahaan atau hotel pada khususnya dan bagi semua pihak yang berkepentingan di dalamnya. Saran-saran tersebut ialah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta. Sehingga pihak manajemen dari hotel The Acacia Jakarta bisa meningkatkan dan menyesuaikan kualitas baik makanan, minuman, dan kamar dengan kualitas yang lebih baik yang sesuai dengan harganya.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta. Sehingga pihak dari departemen hotel hotel The Acacia Jakarta dapat memberikan pelayanan yang lebih baik pada tamu, dan berikan sapa 5S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) untuk memberikan hal yang berkesan ke tamu yang berkunjung

DAFTAR PUSTAKA

- AAbdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- achmad zakaria. (2018). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PELABUHAN INDONESIA III (PERSERO) CABANG BANJARMASIN*.
- All, muis et. (2018). *PENGARUH KEPEMIMPINAN, BUDAYA ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. THE UNIVENUS SERANG*.
- Bisnis, J. I. (2024). <http://jibaku.unw.ac.id>. 4(1), 19–27.
- cahyani, romdhoni. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN X-TRAIL PADA PT. WAHANA WIRAWAN MANADO*.
- Demolingo, R. H., Pradini, G., Kusumaningrum, A. P., Nurhanifah, A. T., Dewi, L., & Emilia, R. (2023). The Influence of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Cafe Janji Jiwa During the Covid-19 Pandemic. *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 3(2), 179–185.
<https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis>[https://cvodis.com/ijembis/article/view/126](https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/126)
- Demolingo, R. H., Ramadhani, A. Z., & Digdowiseiso, K. (2022). The Effect of Quality Service and Guest Star on Visitor Satisfaction at The Korean Wave 2022 Event. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 6(2), 455–470.
- Fajri Hidayat, & Hijriyantomi Suyuthie. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2293>

- Fatihul, M., Rahmawati, M., & Yeobrilianti, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Di Kota Serang. *Manajemen Perusahaan*, 2(July), 1–23.
- Ghozali. (2018). *Ghozali, I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Hijau, A., Pajak, P., Pesak, P. J., & Karundeng, F. E. F. (2023). Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Lara. (2022). No Title7, הארץ, העינים. שבאמת לנגד העינים. (8.5.2017), 2003–2005. www.aging-us.com
- Maharani Purnama, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer Di Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 140. <https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1564>
- Mularsari, A., & Farika, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(April), 17–30.
- Mulyapradana, A., Anjarini, AD, & Harnoto, H. (2020). Mulyapradana, A., Anjarini, AD, & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya. Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*.
- Nalayah Syahfitri, M., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal: Studi Kasus Indihome di Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan &*

Bisnis Syariah, 4(1), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.567>

nur hayati.M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Puspa Indah Cosmetic Magelang. *Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*).

Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek) : Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656.

ronaldo. (2018). *FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP PESERTA JAMKESMAS DI BLU RSUP PROF.DR. R.D. KANDOU MANADO*.

Sajidah, N. A., & Anggarawati, S. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Netflix. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1446–1459. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5499>

Saputra, S., & Sudarsa, R. (2019). *Saputra, S., & Sudarsa, RY (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartemen. Pro Mark*.

Sowwam, M., Riyanto., Anindita, D., Riyadi, S., A, & Qibthiyah, R. (2018). **KAJIAN DAMPAK SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA**. *Kementerian Pariwisata Republik Indonesia*. <https://www.kemendparekraf.go.id/penelitian/KAJIAN-DAMPAK-SEKTOR-PARIWISATA-TERHADAP-PEREKONOMIAN-INDONESIA>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Edisi 2) (2nd ed.).

suriani. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*.

Thungasal & siagian. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KASUARI.*

Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(20), 790–795.

wawan hermawan. (2018). *Pengaruh Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Pendaftaran Tanah Pertama Kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor.*

Wolff, M., Tumbuan, WJA, & L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1).

Yulita, R., & Safrizal. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 115–124.
<https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.455>

Zahra, Putri, F. H. H. (2021). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) STUDI PADA PENGUNJUNG PLASA TELKOM PUTRI HIJAU MEDAN TAHUN 2021.* 206.

LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner Responden

A. Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Kepada responden yang terhormat, perkenalkan nama saya Ria Septi Anggraini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Pariwisata Universitas Nasional. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan (Skripsi) di bawah bimbingan Bapak Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par.

Dalam melaksanakan penelitian ini, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL THE ACACIA JAKARTA”**.

Adapun kriteria yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Tamu Hotel The Acacia Jakarta.
- 2) Konsumen yang mendapatkan pelayanan berkualitas selama menginap di Hotel The Acacia Jakarta.

Dalam mengisi kuesioner ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Besar harapan saya bahwa Bapak/ Ibu/ Saudara (i) bersedia untuk memberikan tanggapan pernyataan dalam kuesioner dengan sebenar-benarnya. Kesediaan anda dalam mengisi kuesioner ini sangat berarti bagi kesuksesan penelitian ini. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Apabila terdapat kendala atau pertanyaan mengenai penelitian ini, anda dapat menghubungi saya melalui email saya: riaseptianggraini12@gmail.com. Akhir kata saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) dalam mengisi kuesioner ini. Semoga keberkahan dan kebaikan selalu menyertai anda.

Hormat saya,

Ria Septi Anggraini

B. Identitas Responden

Nama :

- Jenis Kelamin :
- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 15 - 25 Tahun
- 26 - 35 Tahun
- 36 - 45 Tahun
- >45 Tahun

C. Pernyataan

1) Harga (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta terjangkau.					
2.	Harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta terjangkau.					
3.	Harga pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.					
4.	Harga barang yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.					
5.	Harga kamar yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta lebih murah dibandingkan dengan hotel lain di Jakarta.					

6.	Harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta lebih murah dibandingkan dengan hotel lain di Jakarta.					
7.	Harga pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.					
8.	Harga barang yang ditawarkan oleh Hotel The Acacia Jakarta sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.					

2) Kualitas Pelayanan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kemampuan karyawan Hotel The Acacia Jakarta dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.					
2.	Kemampuan karyawan Hotel The Acacia Jakarta dalam menyelesaikan keluhan secara cepat dan memuaskan.					
3.	Karyawan Hotel The Acacia Jakarta memberikan informasi yang dibutuhkan dengan jelas.					

4.	Saya merasa aman meninggalkan barang-barang di dalam kamar hotel.					
5.	Karyawan hotel sangat memperhatikan kebutuhan tamu selama menginap.					
6.	Kondisi gedung Hotel The Acacia Jakarta terawat dengan baik.					
7.	Hotel The Acacia Jakarta mempunyai fasilitas yang lengkap.					
8.	Bagian resepsionis Hotel The Acacia Jakarta memberikan pelayanan yang cepat pada saat check in.					

3) Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kepuasan yang anda rasakan membuat anda akan selalu menginap di Hotel The Acacia Jakarta.					
2.	Anda mempunyai kesan yang positif mengenai Hotel The Acacia Jakarta					
3.	Anda akan merekomendasikan Hotel The Acacia Jakarta kepada keluarga dan orang lain.					
4.	Ketika anda bepergian ke Jakarta anda akan					

	menyepatkan untuk menginap di Hotel The Acacia Jakarta.					
5.	Anda meyakinkan orang-orang bahwa fasilitas Hotel The Acacia Jakarta lebih unggul dibandingkan hotel lain.					
6.	Kesesuaian dengan ekspektasi membuat anda puas dengan menginap di Hotel The Acacia Jakarta.					
7.	Anda puas memesan kamar di Hotel The Acacia Jakarta.					
8.	Anda puas memesan makanan dan minuman di Hotel The Acacia Jakarta.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Menggunakan Microsoft Excel

Karakteristik Responden

Nama Lengkap	Jen Kelamin	Usia
Ade Rizky Arianto	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Sukma Fitri Amalia	Perempuan	15 - 25 Tahun
Tri Maelany Syafitri	Perempuan	15 - 25 Tahun
Melia Nur Laeliah	Perempuan	15 - 25 Tahun
Vedho	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Dita febriana	Perempuan	36 - 45 Tahun
chaerizka	Perempuan	15 - 25 Tahun
Stefani	Perempuan	15 - 25 Tahun
lutfia restudiyanti	Perempuan	15 - 25 Tahun
Nining Juhartini	Perempuan	>45 Tahun
Tri Wulandari	Perempuan	15 - 25 Tahun
Babyqueen	Perempuan	15 - 25 Tahun

Yama Adya Utha	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Tedi triono	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Muhammad wildan dzikri	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Mohamad Ardiyansyah	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Yoga Adi Pratama	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
fannisa	Perempuan	26 - 35 Tahun
Hanifa	Perempuan	15 - 25 Tahun
Enrico Maruli	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Mocha Alfaz	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Erlangga Dimas	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Eka Syah Putra	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Aji margiyanto	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Mirza	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Suci	Perempuan	26 - 35 Tahun
Adelia Ananda Putri	Perempuan	15 - 25 Tahun
Alvianita Nabillah	Perempuan	15 - 25 Tahun
Nanik .	Perempuan	>45 Tahun
Lewis Leonne Lucane	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Citra maharani	Perempuan	15 - 25 Tahun
Ghina vitasari	Perempuan	15 - 25 Tahun
Fiorenza Leandra	Perempuan	15 - 25 Tahun
Sina Kaihatu	Perempuan	26 - 35 Tahun
Nisrina Baidha	Perempuan	15 - 25 Tahun
Ferry Ardian	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Astrini Pramestya	Perempuan	26 - 35 Tahun
Kevin Ramadhan	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Billy K.	Laki - Laki	36 - 45 Tahun
Elisa putri	Perempuan	26 - 35 Tahun
Liana Yunita	Perempuan	36 - 45 Tahun

Cahaya Putri	Perempuan	26 - 35 Tahun
Yuan kiena	Perempuan	26 - 35 Tahun
Noval	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Azi malik	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Nurul Hafasti	Perempuan	15 - 25 Tahun
Abizar Rahman	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Sari Wijaya	Perempuan	26 - 35 Tahun
Alika Sari Wijaya	Perempuan	15 - 25 Tahun
Yusuf Damiri	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Ina Meyriska	Perempuan	36 - 45 Tahun
Indira Yunita	Perempuan	15 - 25 Tahun
Surya Wisnu	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Boby Hermawan	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Hanum Kamila	Perempuan	26 - 35 Tahun
Marcel Diryanto	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Nia Ramadhani	Perempuan	26 - 35 Tahun
Meita Dewi	Perempuan	26 - 35 Tahun
Sesilia Pratiwi	Perempuan	36 - 45 Tahun
Ina Naisa	Perempuan	15 - 25 Tahun
Riyanto Elna	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Vita yuliani	Perempuan	26 - 35 Tahun
zaidan fahman	Perempuan	26 - 35 Tahun
rahmi maram	Perempuan	26 - 35 Tahun
linda pebrianty	Perempuan	26 - 35 Tahun
Elly Herma	Perempuan	26 - 35 Tahun
Azis Piraze	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Billiton Islami	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Amanda Aulia	Perempuan	26 - 35 Tahun
Ayyara Calista	Perempuan	26 - 35 Tahun
Era Ningrum	Perempuan	26 - 35 Tahun
Weni Oktavia	Perempuan	26 - 35 Tahun

Bulan Satya Renjana	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Tika Yuniar	Perempuan	15 - 25 Tahun
Dina Amanah	Perempuan	26 - 35 Tahun
Marco Baihaqi	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Angelyn	Perempuan	15 - 25 Tahun
Abidzar Rafazza	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Venelove Tan	Perempuan	15 - 25 Tahun
Kiev Satuhu	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Jaya Sugeng	Laki - Laki	36 - 45 Tahun
Bima Susilo	Laki - Laki	36 - 45 Tahun
Kartika Wilujeng	Perempuan	26 - 35 Tahun
Naumi Susiana	Perempuan	15 - 25 Tahun
Olla Febriana	Perempuan	15 - 25 Tahun
Dian Sonan	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Bidi Santoso	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Regita Utami	Perempuan	15 - 25 Tahun
Ravi Armanda	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Novenria	Perempuan	26 - 35 Tahun
Evano Dhaifulhaq	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Citra lesmana	Perempuan	36 - 45 Tahun
Gianta Rahma	Perempuan	26 - 35 Tahun
Tania Djaya	Perempuan	26 - 35 Tahun
Sesilia Juli	Perempuan	26 - 35 Tahun
Alif Ramadan	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Winantu Arum	Perempuan	26 - 35 Tahun
anindira Prameswari	Perempuan	15 - 25 Tahun
Jingga Sunggawa	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
M. Edgar	Laki - Laki	15 - 25 Tahun
Aurum dinka	Perempuan	15 - 25 Tahun
Reyna aulia	Perempuan	15 - 25 Tahun
Terasha iklima	Perempuan	15 - 25 Tahun

Hapsari	Perempuan	26 - 35 Tahun
Nanda Marisa	Perempuan	26 - 35 Tahun
Yustico dias	Laki - Laki	26 - 35 Tahun
Istika putri	Perempuan	26 - 35 Tahun
Qiandra rivani	Perempuan	26 - 35 Tahun
Yopita maysita	Perempuan	26 - 35 Tahun

Tabulasi Data Variabel Harga (X₁)

No.	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{1.6}	X _{1.7}	X _{1.8}	Total X ₁
1	4	2	2	2	2	2	2	2	18
2	2	3	4	3	2	3	3	3	23
3	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	3	4	2	3	3	2	3	4	24
5	3	4	3	4	4	3	3	4	28
6	4	3	3	3	3	2	3	3	24
7	5	4	4	4	4	4	4	4	33
8	4	4	3	3	2	2	3	3	24
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	4	5	33
11	4	3	2	2	3	3	2	2	21
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	4	2	3	3	4	4	4	4	28
15	5	4	4	4	4	3	4	3	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	3	3	4	4	30
18	4	4	5	4	4	4	4	4	33
19	3	3	4	4	5	4	3	3	29
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	4	4	5	4	4	5	36

22	4	4	5	3	3	3	4	4	30
23	3	2	2	4	4	4	4	4	27
24	5	4	4	4	4	5	4	4	34
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	3	3	3	3	3	27
27	5	4	5	4	3	3	4	4	32
28	4	4	3	3	3	3	3	4	27
29	5	5	4	4	4	4	4	4	34
30	4	4	4	3	2	2	3	4	26
31	4	5	4	4	5	4	5	5	36
32	4	5	5	4	5	4	4	4	35
33	5	4	5	5	5	4	4	5	37
34	5	4	4	5	4	5	5	5	37
35	4	4	5	5	5	4	5	5	37
36	4	4	5	5	5	5	5	5	38
37	4	4	5	4	4	3	5	4	33
38	5	4	4	5	3	3	4	5	33
39	4	4	4	4	3	2	4	4	29
40	4	3	5	5	4	4	4	5	34
41	4	3	4	4	2	3	4	4	28
42	5	5	4	3	4	4	5	5	35
43	4	4	5	4	5	4	4	5	35
44	4	4	4	4	5	4	4	4	33
45	4	2	4	4	4	3	4	4	29
46	4	4	5	4	5	4	4	5	35
47	4	5	5	5	4	5	4	4	36
48	5	5	3	5	4	4	4	4	34
49	5	4	5	5	2	3	5	5	34
50	4	5	5	5	3	4	4	5	35
51	5	4	5	5	5	4	5	5	38
52	5	4	5	4	3	3	4	5	33

53	1	2	5	4	3	3	5	5	28
54	4	5	5	5	5	4	5	5	38
55	2	1	4	5	3	3	4	4	26
56	5	5	4	4	3	5	5	5	36
57	5	5	4	5	5	5	4	3	36
58	4	5	5	3	4	5	5	5	36
59	4	5	3	5	5	5	4	4	35
60	4	5	5	3	4	5	5	5	36
61	4	4	5	4	4	5	4	4	34
62	4	3	4	4	4	5	4	4	32
63	4	4	4	4	4	4	4	5	33
64	4	4	4	4	4	5	5	5	35
65	4	5	4	3	5	4	5	4	34
66	4	5	4	5	4	5	3	4	34
67	4	5	5	4	4	5	5	4	36
68	4	5	5	4	4	5	5	5	37
69	5	4	5	4	5	4	5	4	36
70	5	4	5	4	5	4	5	4	36
71	5	4	4	4	4	5	4	4	34
72	5	4	5	5	5	4	5	4	37
73	5	4	5	4	5	4	5	4	36
74	5	4	5	4	5	4	5	4	36
75	3	3	5	4	3	3	4	5	30
76	4	4	5	5	4	5	4	4	35
77	4	4	5	5	4	3	5	4	34
78	3	3	5	4	3	3	5	4	30
79	3	5	3	5	3	3	5	3	30
80	4	4	5	5	4	4	5	5	36
81	5	4	5	4	3	3	4	4	32
82	5	5	5	4	3	3	5	4	34
83	4	4	5	5	3	3	5	4	33

84	4	4	5	4	3	3	5	4	32
85	5	4	5	4	3	3	5	4	33
86	5	4	5	4	3	3	5	4	33
87	4	4	5	4	3	3	5	4	32
88	4	5	4	5	4	4	5	5	36
89	4	5	5	4	5	5	4	5	37
90	4	4	5	5	4	4	3	3	32
91	5	4	5	4	5	5	4	5	37
92	4	4	5	5	4	3	4	4	33
93	5	4	5	4	3	3	5	4	33
94	4	5	4	3	4	5	4	3	32
95	4	4	5	4	3	4	4	4	32
96	4	5	4	4	5	4	5	5	36
97	4	5	4	5	4	5	4	5	36
98	4	5	4	5	4	5	4	5	36
99	4	5	4	5	4	5	4	5	36
100	4	5	5	4	4	4	5	4	35
101	4	5	4	4	5	5	5	5	37
102	4	5	3	4	5	4	5	4	34
103	5	4	5	4	3	4	3	5	33
104	4	4	5	5	4	3	4	4	33
105	4	4	5	5	4	5	4	4	35
106	4	4	5	4	4	5	4	4	34
107	4	5	5	4	4	5	3	5	35
108	5	4	4	5	4	4	5	5	36
109	4	4	5	4	5	4	4	4	34
110	4	5	3	5	4	3	5	5	34

Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No.	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}	X _{2.6}	X _{2.7}	X _{2.8}	Total X ₂
1	2	2	4	4	4	2	2	4	24
2	4	4	4	5	4	3	2	5	31
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	2	3	3	3	2	3	3	22
5	3	3	4	4	4	2	3	5	28
6	2	2	3	3	3	1	3	3	20
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	3	3	3	4	3	2	2	3	23
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	5	5	5	4	4	4	36
11	4	3	4	4	4	3	4	4	30
12	3	3	3	3	3	2	3	4	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	3	4	4	2	2	3	3	25
15	4	4	4	4	3	3	4	4	30
16	4	4	4	5	4	4	4	4	33
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	5	4	4	4	4	4	4	5	34
19	5	2	2	3	2	4	2	4	24
20	4	4	4	5	5	5	4	5	36
21	5	5	4	4	4	4	4	4	34
22	5	5	5	5	5	3	4	5	37
23	4	4	4	3	4	5	4	4	32
24	3	4	4	5	5	4	5	4	34
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	3	3	3	3	3	27
27	5	5	5	5	5	4	4	5	38
28	4	4	4	4	3	3	3	3	28

29	4	3	4	4	4	3	4	4	30
30	3	4	4	4	4	4	4	4	31
31	4	5	4	4	5	5	5	5	37
32	5	4	5	5	4	4	5	5	37
33	4	5	5	5	4	4	5	4	36
34	4	5	5	4	4	5	4	5	36
35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
36	5	4	5	5	5	5	5	4	38
37	4	3	5	4	4	4	5	4	33
38	4	4	5	4	5	4	4	3	33
39	4	4	4	4	4	4	3	4	31
40	5	3	4	4	4	4	5	5	34
41	4	4	4	4	4	3	3	4	30
42	5	4	5	5	5	3	4	4	35
43	4	5	5	4	5	5	4	5	37
44	4	3	4	3	4	4	4	4	30
45	5	4	4	4	5	4	4	4	34
46	5	4	4	5	4	5	5	4	36
47	5	4	4	5	4	4	5	4	35
48	5	5	4	4	3	4	4	4	33
49	5	5	4	5	5	5	4	5	38
50	5	5	5	4	4	3	5	5	36
51	3	4	5	5	5	4	5	5	36
52	5	4	5	5	5	4	5	4	37
53	5	3	4	5	4	5	5	3	34
54	5	5	3	4	4	5	5	5	36
55	4	3	5	4	5	4	4	3	32
56	4	3	4	5	5	5	5	5	36
57	5	5	4	4	3	5	5	5	36
58	5	5	5	3	4	5	5	5	37
59	5	5	5	3	4	4	5	5	36

60	5	5	4	3	4	5	5	5	36
61	4	5	4	4	5	3	4	4	33
62	4	5	4	4	5	5	4	4	35
63	4	5	4	3	4	4	4	5	33
64	5	5	5	4	4	4	4	4	35
65	4	5	4	5	4	4	5	4	35
66	5	4	5	4	5	4	5	4	36
67	4	5	5	4	4	5	5	4	36
68	4	4	5	5	4	4	5	5	36
69	5	4	5	4	5	4	5	4	36
70	5	4	5	4	5	4	5	4	36
71	5	4	5	4	4	5	4	4	35
72	5	4	5	4	4	4	5	4	35
73	4	5	4	5	4	5	4	5	36
74	4	5	4	5	4	5	4	5	36
75	5	5	4	3	5	4	5	5	36
76	5	5	4	5	4	5	4	5	37
77	4	5	4	4	3	4	5	3	32
78	5	4	5	5	4	5	5	4	37
79	5	5	5	4	3	4	4	4	34
80	4	5	4	4	5	4	4	5	35
81	5	4	4	5	4	5	4	4	35
82	5	4	5	4	5	5	4	5	37
83	5	5	4	5	4	5	4	5	37
84	4	5	4	4	5	4	5	4	35
85	5	4	5	5	4	5	5	4	37
86	4	5	4	4	5	4	4	5	35
87	4	5	4	4	5	4	4	5	35
88	4	5	5	4	5	4	4	5	36
89	5	5	4	4	5	5	5	5	38
90	4	5	5	4	4	4	5	5	36

91	4	5	4	5	4	5	4	5	36
92	4	4	5	5	4	4	3	4	33
93	5	4	5	4	5	5	4	4	36
94	5	5	4	4	5	3	4	4	34
95	5	4	5	5	4	4	4	5	36
96	4	5	4	5	4	5	4	5	36
97	4	5	4	5	4	5	4	5	36
98	5	4	5	4	5	4	5	5	37
99	4	5	4	5	4	5	4	5	36
100	4	5	4	4	5	5	4	4	35
101	4	4	4	5	4	5	5	4	35
102	4	5	4	4	5	5	5	4	36
103	5	4	4	5	4	5	4	5	36
104	4	4	5	5	4	4	4	4	34
105	4	5	4	5	3	5	5	5	36
106	4	3	4	4	4	4	5	4	32
107	4	5	5	4	4	4	5	4	35
108	4	4	5	5	4	5	5	4	36
109	4	5	4	5	4	5	4	5	36
110	5	4	2	5	4	1	4	4	29

Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y
1	3	4	3	3	3	2	3	2	23
2	3	4	3	4	3	3	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	2	2	3	3	22
5	2	3	3	3	3	3	4	4	25
6	3	3	2	2	2	3	3	4	22
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32

8	2	3	3	2	2	2	3	2	19
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	5	4	33
11	3	4	4	4	3	3	4	4	29
12	2	3	2	2	2	2	3	2	18
13	3	4	3	4	3	4	3	4	28
14	4	2	2	3	2	3	3	2	21
15	4	4	3	4	4	4	4	4	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	5	4	4	4	33
19	2	4	3	2	3	2	3	3	22
20	4	5	5	4	4	4	4	4	34
21	5	5	4	4	4	4	5	4	35
22	5	4	5	4	4	5	5	4	36
23	4	5	4	4	4	4	5	4	34
24	4	5	4	3	3	4	5	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	3	4	4	4	4	4	3	29
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	3	3	4	3	4	4	3	28
29	4	4	4	4	3	3	4	4	30
30	2	4	3	4	2	4	4	4	27
31	4	5	4	4	4	5	4	4	34
32	5	5	4	5	4	4	4	5	36
33	5	4	4	4	5	4	4	5	35
34	4	4	4	5	4	4	5	4	34
35	4	5	5	4	5	5	5	5	38
36	5	4	5	4	4	5	5	5	37
37	3	4	4	3	4	5	4	4	31
38	4	5	4	3	3	4	5	4	32

39	4	4	4	4	3	4	4	4	31
40	4	5	4	5	4	5	5	4	36
41	4	5	4	4	3	4	5	4	33
42	5	5	5	4	5	5	4	5	38
43	5	5	5	4	4	5	5	4	37
44	4	5	4	4	3	5	4	4	33
45	4	4	4	3	4	4	5	4	32
46	3	5	4	5	4	4	5	4	34
47	4	4	5	4	5	4	4	5	35
48	5	5	5	4	5	3	5	4	36
49	3	5	4	3	5	5	5	5	35
50	5	4	5	4	5	5	5	4	37
51	4	4	5	3	4	4	5	4	33
52	5	4	5	3	4	5	4	5	35
53	3	4	3	3	2	5	4	5	29
54	5	5	4	5	5	4	5	5	38
55	3	5	3	3	2	4	5	4	29
56	5	4	5	5	3	4	4	5	35
57	5	4	4	5	5	5	5	4	37
58	5	5	5	5	4	4	5	5	38
59	5	5	5	4	5	4	5	4	37
60	5	5	4	5	5	5	4	4	37
61	4	5	4	4	3	4	4	5	33
62	4	5	4	4	5	4	4	5	35
63	4	5	4	5	4	5	4	4	35
64	4	5	4	4	5	4	5	5	36
65	5	4	5	3	5	4	5	4	35
66	5	4	5	4	4	3	4	5	34
67	5	4	4	5	4	4	5	5	36
68	4	5	5	4	4	5	5	4	36
69	5	4	5	4	5	4	5	4	36

70	5	4	5	4	5	4	5	4	36
71	5	5	5	4	5	5	4	4	37
72	5	4	5	4	5	4	4	4	35
73	4	5	4	5	4	5	4	5	36
74	4	5	4	5	4	5	4	5	36
75	3	4	4	3	5	4	4	4	31
76	4	4	5	4	5	4	4	5	35
77	5	4	3	5	5	4	4	4	34
78	5	4	5	4	5	5	4	4	36
79	5	5	4	5	5	4	3	4	35
80	4	5	4	5	4	4	5	4	35
81	5	4	5	4	5	5	4	5	37
82	4	5	5	4	5	5	4	5	37
83	4	4	5	4	5	4	4	5	35
84	4	5	4	5	4	5	5	4	36
85	5	4	5	4	5	5	4	4	36
86	5	4	5	5	4	5	4	5	37
87	4	5	4	5	4	4	5	4	35
88	5	5	4	4	5	5	5	4	37
89	5	5	4	5	4	5	4	4	36
90	4	4	5	5	4	4	4	4	34
91	5	4	5	4	5	5	4	5	37
92	4	4	5	5	4	4	4	5	35
93	5	4	5	4	5	5	4	4	36
94	4	4	5	4	5	4	4	4	34
95	4	4	5	4	5	4	4	4	34
96	4	5	4	5	4	5	4	5	36
97	5	4	5	4	5	4	5	4	36
98	4	5	4	5	4	5	4	5	36
99	4	5	4	5	4	4	5	4	35
100	5	5	4	5	4	4	4	5	36

101	4	5	4	4	4	5	5	5	36
102	5	4	4	5	4	5	4	5	36
103	4	5	5	4	3	4	4	5	34
104	3	4	5	4	4	5	4	4	33
105	4	5	5	5	4	4	5	4	36
106	4	4	5	5	4	4	4	5	35
107	4	5	5	4	4	5	5	4	36
108	4	5	4	5	4	5	3	5	35
109	5	4	4	3	5	4	5	4	34
110	3	5	2	4	4	5	3	3	29

Lampiran 3 Output SPSS

A. Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga (X1)	110	18,00	38,00	32,6727	3,96570
Kualitas Pelayanan (X2)	110	20,00	39,00	33,8364	3,68863
Kepuasan Konsumen (Y)	110	18,00	40,00	33,4000	4,22357
Valid N (listwise)	110				

B. Hasil Uji Validitas

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Harga (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	,418**	,238*	,156	,216*	,202*	,236*	,171	,504**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,012	,103	,023	,035	,013	,075	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.2	Pearson Correlation	,418**	1	,205*	,241*	,351**	,437**	,331**	,330**	,653**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,032	,011	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.3	Pearson Correlation	,238*	,205*	1	,376**	,199*	,245**	,474**	,411**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,012	,032		<,001	,037	,010	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.4	Pearson Correlation	,156	,241*	,376**	1	,313**	,309**	,399**	,435**	,619**
	Sig. (2-tailed)	,103	,011	<,001		<,001	,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.5	Pearson Correlation	,216*	,351**	,199*	,313**	1	,618**	,326**	,313**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,023	<,001	,037	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.6	Pearson Correlation	,202*	,437**	,245**	,309**	,618**	1	,239*	,390**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,035	<,001	,010	,001	<,001		,012	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.7	Pearson Correlation	,236*	,331**	,474**	,399**	,326**	,239*	1	,512**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,013	<,001	<,001	<,001	<,001	,012		<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X1.8	Pearson Correlation	,171	,330**	,411**	,435**	,313**	,390**	,512**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,075	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Harga (X1)	Pearson Correlation	,504**	,653**	,612**	,619**	,671**	,694**	,676**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Kualitas Pelayanan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	,336**	,295**	,170	,200*	,403**	,413**	,248**	,600**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,002	,076	,036	<,001	<,001	,009	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.2	Pearson Correlation	,336**	1	,263**	,173	,299**	,490**	,382**	,486**	,692**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,005	,070	,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.3	Pearson Correlation	,295**	,263**	1	,226*	,416**	,323**	,435**	,154	,596**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005		,017	<,001	<,001	<,001	,108	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.4	Pearson Correlation	,170	,173	,226*	1	,227*	,303**	,206*	,226*	,481**
	Sig. (2-tailed)	,076	,070	,017		,017	,001	,031	,018	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.5	Pearson Correlation	,200*	,299**	,416**	,227*	1	,310**	,371**	,319**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,036	,001	<,001	,017		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.6	Pearson Correlation	,403**	,490**	,323**	,303**	,310**	1	,516**	,414**	,772**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.7	Pearson Correlation	,413**	,382**	,435**	,206*	,371**	,516**	1	,248**	,714**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,031	<,001	<,001		,009	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2.8	Pearson Correlation	,248**	,486**	,154	,226*	,319**	,414**	,248**	1	,601**
	Sig. (2-tailed)	,009	<,001	,108	,018	<,001	<,001	,009		<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	,600**	,692**	,596**	,481**	,607**	,772**	,714**	,601**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Kepuasan Konsumen (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	,274**	,605**	,481**	,627**	,455**	,388**	,435**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,004	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.2	Pearson Correlation	,274**	1	,295**	,464**	,304**	,484**	,430**	,445**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,004		,002	<,001	,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.3	Pearson Correlation	,605**	,295**	1	,337**	,634**	,436**	,442**	,513**	,766**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,002		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.4	Pearson Correlation	,481**	,464**	,337**	1	,369**	,457**	,233*	,468**	,674**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	,014	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.5	Pearson Correlation	,627**	,304**	,634**	,369**	1	,471**	,347**	,398**	,759**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.6	Pearson Correlation	,455**	,484**	,436**	,457**	,471**	1	,334**	,523**	,736**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.7	Pearson Correlation	,388**	,430**	,442**	,233*	,347**	,334**	1	,279**	,590**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,014	<,001	<,001		,003	<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y.8	Pearson Correlation	,435**	,445**	,513**	,468**	,398**	,523**	,279**	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,003		<,001
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,772**	,629**	,766**	,674**	,759**	,736**	,590**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Harga (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	8

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,791	8

Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	8

D. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		110	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,73571266	
Most Extreme Differences	Absolute	,050	
	Positive	,050	
	Negative	-,047	
Test Statistic		,050	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,736	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,724
		Upper Bound	,747

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

E. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,796	1,588		-1,761	,081					
	Harga (X1)	,260	,064	,244	4,100	<,001	,777	,368	,163	,444	2,253
	Kualitas Pelayanan (X2)	,818	,068	,715	11,984	<,001	,897	,757	,476	,444	2,253

a. Dependent Variable: Kepuasan Konumen (Y)

F. Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,929	,907		5,435	<,001
	Harga (X1)	-,057	,036	-,214	-1,579	,117
	Kualitas Pelayanan (X2)	-,050	,039	-,173	-1,282	,203

a. Dependent Variable: Res1

G. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912 ^a	,831	,828	1,75186	1,691

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konumen (Y)

H. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,796	1,588		-1,761	,081
	Harga	,260	,064	,244	4,100	<,001
	Kualitas Pelayanan	,818	,068	,715	11,984	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konumen

I. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1616,016	2	808,008	263,280	<,001 ^b
	Residual	328,384	107	3,069		
	Total	1944,400	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

J. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912 ^a	,831	,828	1,752

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

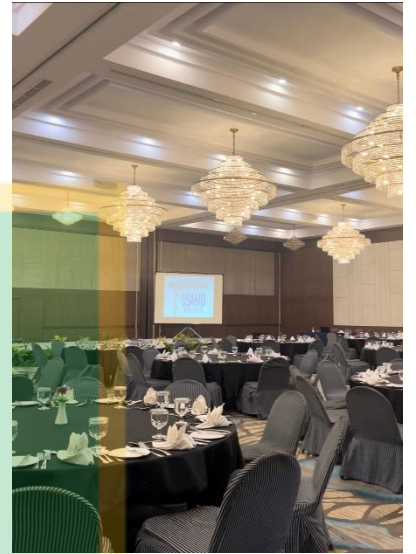
K. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,796	1,588		-1,761	,081
	Harga	,260	,064	,244	4,100	<,001
	Kualitas Pelayanan	,818	,068	,715	11,984	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 5 Foto Kegiatan Peneliti Ketika observasi



Lampiran 6 Logbook Bimbingan Tugas Akhir



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 7883307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 203404516050
Nama : RIA SEPTI ANGGRAINI
Program Studi : Pariwisata
Konsentrasi : AKOMODASI DAN KULINER

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
20 November, 2023	revisian penulisan bab 1-3 revisian judul	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	revisi daftar pustaka revisi perapihan penulisan	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	revisi penulisan revisi materi	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
10 February, 2024	bimbingan revisi bab 1-3 untuk melanjutkan ke bab 4	Sudah Ditanggapi
10 February, 2024	revisi bab 4 dan penulisan	Sudah Ditanggapi
12 February, 2024	revisi bab 4 dan 5 dan lampiran	Sudah Ditanggapi
12 February, 2024	revisi bab 4-5 dan penulisan	Sudah Ditanggapi
12 February, 2024	revisi 4-5 dan lampiran	Sudah Ditanggapi
19 February, 2024	bimbingan mengenai kusioner untuk pengunjung	Sudah Ditanggapi
19 February, 2024	bimbingan mengenai bab 4	Sudah Ditanggapi
19 February, 2024	bimbingan final bab 1 sampai dengan bab 5	Sudah Ditanggapi

Lampiran 7 Laporan Berita Acara Seminar Proposal



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manda No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P. O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini tanggal : Selasa, 05 Desember 2023
Waktu : 12:30 s/d 13:10 WIB
Ruangan : bipa selasar iv

Telah Diselenggarakan Seminar Proposal Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 atas nama :

Nama Mahasiswa : Ria Septi Angraini
Nomor Pokok : 203404516050
Program Studi : Pariwisata
Bidang Konsentrasi : Akomodasi Dan Kuliner
Jalur Tugasakhir : Proposan & Skripsi
Judul Proposal : Pengaruh kualitas pelayanan waiters dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran hotel acacia jakarta

Kepada yang bersangkutan diberikan Nilai rata-rata : angka (79.3) huruf (A-) dan dengan usulan-usulan penyempurnaan proposal sebagaimana mestinya.

Berita Acara ini dibuat dengan penuh rasa tanggung jawab.

Lampiran 8 Laporan Nilai Seminar Proposal Skripsi

NILAI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Judul	Nilai	Terbilang
Pendamping 1 (Pembimbing 1)	: 80	Delapan Puluh
Pembahas Seminar Proposal (Penguji 1)	: 79	Tujuh Puluh Sembilan
Pimpinan Seminar Proposal(penguji 2)	: 79	Tujuh Puluh Sembilan
Nilai Rata-Rata	: 79.3	Tujuh Puluh Sembilan Koma Tiga
Total	: 79.3	Tujuh Puluh Sembilan Koma Tiga
Huruf	: A-	



Lampiran 9 Hasil Pengecekan Turnitin



Similarity Report ID: oid:3618:52405783

PAPER NAME

new SKRIPSI RIA SEPTI ANGGRAINI TR
NTN.pdf

AUTHOR

RIA SEPTI ANGGRAINI T.A

WORD COUNT

17140 Words

CHARACTER COUNT

101821 Characters

PAGE COUNT

96 Pages

FILE SIZE

6.5MB

SUBMISSION DATE

Feb 17, 2024 1:46 PM GMT+7

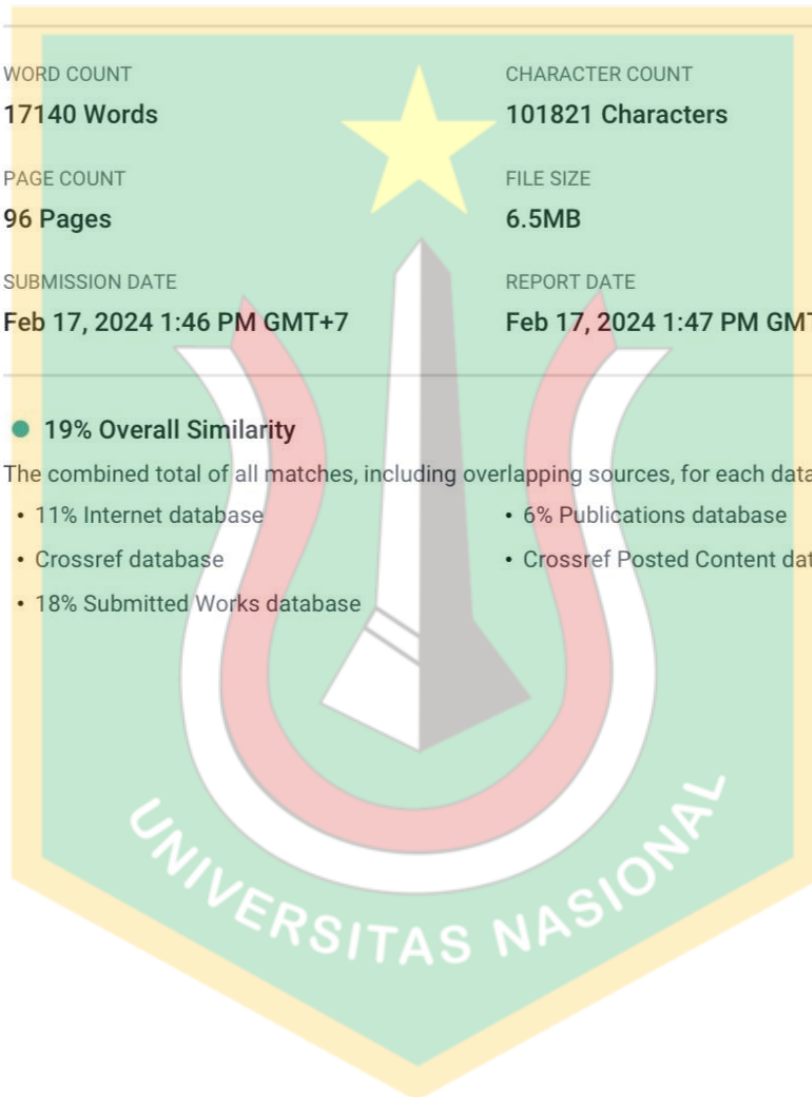
REPORT DATE

Feb 17, 2024 1:47 PM GMT+7

● **19% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 18% Submitted Works database



Summary

● 19% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 11% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 18% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.



1	Universitas Nasional on 2022-08-12 Submitted works	2%
2	Dewinta Sari, Rikkie Dekas, Teuku Muhammad Haqiqi. "Dampak Produ... Crossref	<1%
3	Universitas Nasional on 2022-02-03 Submitted works	<1%
4	Universitas Nasional on 2022-03-02 Submitted works	<1%
5	Universitas Nasional on 2020-12-22 Submitted works	<1%
6	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-31 Submitted works	<1%
7	Universitas Nasional on 2022-02-18 Submitted works	<1%
8	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-24 Submitted works	<1%

9	jurnal.pancabudi.ac.id Internet	<1%
10	Universitas Diponegoro on 2023-06-12 Submitted works	<1%
11	Universitas Wiraraja on 2024-01-04 Submitted works	<1%
12	Universitas Nasional on 2022-07-21 Submitted works	<1%
13	ejournal.unsrat.ac.id Internet	<1%
14	Universitas Nasional on 2022-01-29 Submitted works	<1%
15	Universitas Wiraraja on 2024-01-11 Submitted works	<1%
16	repository.upbatam.ac.id Internet	<1%
17	Universitas PGRI Semarang on 2023-10-18 Submitted works	<1%
18	Universitas Islam Lamongan on 2023-09-19 Submitted works	<1%
19	etheses.uin-malang.ac.id Internet	<1%
20	Universitas Nasional on 2022-02-07 Submitted works	<1%


Sources overview

21	123dok.com Internet	<1%
22	IAIN Purwokerto on 2023-10-10 Submitted works	<1%
23	Universitas Islam Lamongan on 2023-10-14 Submitted works	<1%
24	repository.umsu.ac.id Internet	<1%
25	Universitas Nasional on 2022-01-31 Submitted works	<1%
26	Universitas Nasional on 2022-02-04 Submitted works	<1%
27	digilib.esaunggul.ac.id Internet	<1%
28	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2024... Submitted works	<1%
29	Universitas Bengkulu on 2023-07-03 Submitted works	<1%
30	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-24 Submitted works	<1%
31	Universitas Nasional on 2022-02-07 Submitted works	<1%
32	Universitas Nasional on 2022-02-07 Submitted works	<1%

Sources overview


33	Universitas Nasional on 2022-08-10 Submitted works	<1%
34	Universitas Nasional on 2022-01-31 Submitted works	<1%
35	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-31 Submitted works	<1%
36	Tony Prastyo, Lativa Hartiningtyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan ..." Crossref	<1%
37	Universitas Nasional on 2021-01-25 Submitted works	<1%
38	repository.unpas.ac.id Internet	<1%
39	Keimyung University on 2022-12-22 Submitted works	<1%
40	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya on 2024-01-04 Submitted works	<1%
41	Universitas Nasional on 2022-08-01 Submitted works	<1%
42	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-29 Submitted works	<1%
43	Universitas Nasional on 2022-02-03 Submitted works	<1%
44	Universitas Nasional on 2022-08-10 Submitted works	<1%

Sources overview



45	eprint.stieww.ac.id Internet	<1%
46	repository.unas.ac.id Internet	<1%
47	Reggi Agustian Pratama, Sri Rahayu, Fadhil Yamalay. "Pengaruh Citra ... Crossref	<1%
48	journal.yrpiiku.com Internet	<1%
49	repository.uinsaizu.ac.id Internet	<1%
50	Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia on 2024-02-06 Submitted works	<1%
51	repositorybaru.stieykpn.ac.id Internet	<1%
52	Universitas Nasional on 2022-02-07 Submitted works	<1%
53	Universitas Nasional on 2022-03-02 Submitted works	<1%
54	Universitas Nasional on 2022-03-06 Submitted works	<1%
55	repository.uinjkt.ac.id Internet	<1%
56	Binus University International on 2023-11-17 Submitted works	<1%

Sources overview



57	Universitas Bengkulu on 2023-07-14	<1%
	Submitted works	
58	Universitas Islam Lamongan on 2023-10-16	<1%
	Submitted works	
59	Universitas Nasional on 2022-02-02	<1%
	Submitted works	
60	journal.admi.or.id	<1%
	Internet	
61	Universitas Nasional on 2022-01-31	<1%
	Submitted works	
62	Universitas Nasional on 2022-02-02	<1%
	Submitted works	
63	Universitas Slamet Riyadi on 2023-08-30	<1%
	Submitted works	
64	Universitas Terbuka on 2022-11-01	<1%
	Submitted works	
65	Universitas Nasional on 2022-02-16	<1%
	Submitted works	
66	neliti.com	<1%
	Internet	
67	IAIN Salatiga on 2023-11-09	<1%
	Submitted works	
68	Sriwijaya University on 2023-12-29	<1%
	Submitted works	

Sources overview

69	Universitas Nasional on 2022-02-03 Submitted works	<1%
70	es.slideshare.net Internet	<1%
71	journal.laaroiba.ac.id Internet	<1%
72	repo.itera.ac.id Internet	<1%
73	Carunia Mulya Firdausy, Pihri Buhaerah. "Building back better tourism ... Crossref	<1%
74	Putiari Alaina Rizki, Budi Prabowo. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan ... Crossref	<1%
75	Suci Angraini, Reniati Reniati, Khairiyansyah Khairiyansyah, Darman Sa... Crossref	<1%
76	Universitas Bengkulu on 2023-08-09 Submitted works	<1%
77	Universitas Nasional on 2022-03-02 Submitted works	<1%
78	Universitas Putera Batam on 2018-11-26 Submitted works	<1%
79	scribd.com Internet	<1%
80	BPP College of Professional Studies Limited on 2024-02-01 Submitted works	<1%

Sources overview

81	Universitas Merdeka Malang on 2021-10-06	<1%
	Submitted works	
82	Universitas Nasional on 2021-02-07	<1%
	Submitted works	
83	Universitas Nasional on 2022-01-31	<1%
	Submitted works	
84	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
	Submitted works	
85	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id	<1%
	Internet	
86	eprints.umm.ac.id	<1%
	Internet	
87	eprints.ums.ac.id	<1%
	Internet	
88	repository.itbwigalumajang.ac.id	<1%
	Internet	
89	repository.untar.ac.id	<1%
	Internet	
90	jurnal.uwp.ac.id	<1%
	Internet	
91	Universitas Bengkulu on 2023-08-31	<1%
	Submitted works	
92	Universitas Nasional on 2021-02-23	<1%
	Submitted works	

Sources overview

93	Universitas Nasional on 2022-02-11	<1%
	Submitted works	
94	Universitas Nasional on 2022-02-17	<1%
	Submitted works	
95	Universitas Wiraraja on 2024-01-19	<1%
	Submitted works	
96	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
97	sefidvash.net	<1%
	Internet	
98	Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan on 2023-07-21	<1%
	Submitted works	
99	Canada College on 2022-08-01	<1%
	Submitted works	
100	Culver-Stockton College on 2021-08-19	<1%
	Submitted works	
101	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
102	Universitas Nasional on 2021-01-22	<1%
	Submitted works	
103	Universitas Nasional on 2022-01-31	<1%
	Submitted works	
104	Universitas Nasional on 2022-02-04	<1%
	Submitted works	

Sources overview

105	Universitas Nasional on 2022-07-29 Submitted works	<1%
106	Universitas Nasional on 2022-08-12 Submitted works	<1%
107	Universitas Putera Batam on 2019-11-08 Submitted works	<1%
108	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	<1%
109	posko-jengjala.org Internet	<1%
110	repository.ub.ac.id Internet	<1%
111	stipram on 2023-02-18 Submitted works	<1%
112	Syanita Lailatussa'adah Syaifudin, Nuruni Ika Kusuma Wardhani. "Prog... Crossref	<1%
113	Universitas Bengkulu on 2023-07-24 Submitted works	<1%
114	Universitas Diponegoro on 2017-10-10 Submitted works	<1%
115	Universitas Diponegoro on 2023-12-19 Submitted works	<1%
116	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-18 Submitted works	<1%

[Sources overview](#)

117	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2019-08-14	<1%
	Submitted works	
118	Universitas Mercu Buana on 2019-09-09	<1%
	Submitted works	
119	Universitas Nasional on 2022-02-03	<1%
	Submitted works	
120	Universitas Nasional on 2022-02-16	<1%
	Submitted works	
121	Universitas Putera Batam on 2023-07-31	<1%
	Submitted works	
122	University of Nottingham on 2024-02-15	<1%
	Submitted works	
123	core.ac.uk	<1%
	Internet	
124	eprints.walisongo.ac.id	<1%
	Internet	
125	journal.lembagakita.org	<1%
	Internet	
126	repository.iainpare.ac.id	<1%
	Internet	
127	repository.unpkediri.ac.id	<1%
	Internet	
128	repository.uph.edu	<1%
	Internet	

Sources overview

129	unars on 2023-07-20 Submitted works	<1%
130	jurnal.umsb.ac.id Internet	<1%
131	Universitas Bengkulu on 2023-03-09 Submitted works	<1%
132	Universitas Islam Lamongan on 2023-08-20 Submitted works	<1%
133	Universitas Nasional on 2022-02-05 Submitted works	<1%
134	Hery Purnomo, Rino Sardanto, Basthoumi Muslih. "SIGNIFIKANSI HAR... Crossref	<1%
135	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2023-09-12 Submitted works	<1%
136	Universitas Nasional on 2022-02-02 Submitted works	<1%
137	Universitas Nasional on 2022-02-11 Submitted works	<1%
138	Universitas Nasional on 2022-07-29 Submitted works	<1%



Sources overview