ARTIKEL

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOLOMBO HOTEL KOTA KEDIRI

Oleh :

SEPTI NOVITA SARI

13.1.02.02.0135

Dibimbing Oleh :

1. **Dr. Subagyo, M.M.**
2. **Hery Purnomo.SE., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: Septi Novita Sari
NPM	: 13.1.02.02.0135
HP	: 081249848238
E-mail	: septinovita13@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Harga, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Kota Kediri
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi/Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jln. Kh. Achmad Dahlan No.76

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini atau ada tuntutan dari pihak lain, say bersedia bertanggungjawab dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 3 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis
Dr. Subagyo, M.M. NIDN: 0717066601	Hery Purnomo.SE., M.M. NIDN: 0713076803	Septi Novita Sari NPM : 13.1.02.02.0135

Septi Novita Sari | 13.1.02.02.0135 **simki.unpkediri.ac.id**
Ekonomi - Manajemen || 2||

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOLOMBO HOTEL KOTA KEDIRI

Septi Novita Sari
13.1.02.02.0135
Fakultas Ekonomi/Program Studi Manajemen
Septinovita13@gmail.com
Dr. Subagyo, M.M dan Hery Purnomo.SE.,M.M
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak

Bisnis dalam bidang perhotelan merupakan usaha jasa yang bersifat dinamis, sehingga saat ini persaingan bisnis hotel sangat ketat. Hal ini membuat pihak pengelola hotel harus mampu dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen agar konsumen puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah harga, fasilitas dan pelayanan secara signifikan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini adalah Harga (X_1), Fasilitas (X_2) dan Pelayanana (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa di Kolombo Hotel. Ditunjukkan oleh nilai koefisin determinasi *adjusted R-square* sebesar 0,849 menjelaskan bahwa harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 84,9%. Berarti masih ada pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 25,1%.

Kata kunci : Harga, fasilitas, pelayanan, kepuasan konsumen

I. LATAR BELAKANG

Di Jawa Timur, khususnya Kota Kediri banyak didirikan hotel dengan berbagai fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memuaskan konsumen. Banyaknya persaingan yang ada dapat membuat konsumen memilih alternati-alternatif untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Hal ini membuat pihak pengelola hotel harus mampu dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen agar konsumen puas. Salah satu hotel baru yang didirikan di Kota Kediri adalah Kolombo Hotel yang beralamatkan di Jl. Urip Sumoharjo No. 82 Kediri. Kolombo Hotel ini berdiri pada bulan November tahun 2008 dengan masih membuka seebanyak 34 kamar dan sekarang sudah memiliki 58 kamar. Hotel ini merupakan anak cabang dari Hotel Kahuripan yang beralamatkan di Jalan Sisingamangaraja No. 47 Kota Kediri. Namun demikian, fasilitas yang tersedia pada hotel ini belum terlalu lengkap dibandingkan dengan hotel lain.

Hasil dari observasi yang peneliti lakukan, kepuasan konsumen di Kolombo Hotel terbilang cukup dibuktikan dengan data sebagai berikut tabel 1 :

Tabel 1. Daftar Konsumen Kolombo Hotel

Bulan	Jumlah
Oktober	994
November	914
Desember	940
Januari	824
Februari	736
Maret	882

Sumber : Data Kolombo Hotel Kota Kediri

Kepuasan konsumen akan diketahui setelah konsumen melakukan pembelian atau penggunaan jasa tersebut. Konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi atau terlampaui. Hal ini disebabkan karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian konsumen berupa ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan. Konsumen yang merasa tidak puas akan menimbulkan masalah, karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif untuk calon konsumen lainnya.

A. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri?
2. Apakah fasilitas perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri?
3. Apakah pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri?
4. Apakah harga, fasilitas dan pelayanan secara signifikan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan pelayanan perusahaan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan harga, fasilitas dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Merujuk Pada tujuan penelitian yang telah dikemukakan terdahulu, maka penelitian ini bersifat kuantitatif, yang

mana penelitian dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana tanggapan atau jawaban responden. Rancangan penelitian ini berbentuk survey yang dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner mengenai pengaruh harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kolombo Hotel Kota Kediri.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa di Kolombo Hotel, jadi populasi dari penelitian ini sifatnya tidak terbatas.

Penarikan sampel dari penelitian ini menggunakan rumus roskow menurut Sugiyono (2012:118), yaitu sampel minimal 10 x jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel penelitian ada 4 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel 10 x 4 = 40 dan penelitian ini mengambil 40 responden. Metode yang digunakan adalah *probability sampling* jenis *simple random sampling.*

C. Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

1. Teknik Pengumpulan Data

a. *Library Reseach* (Penelitian Kepustakaan)

Cara memperoleh data dengan melihat dan membaca buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas untuk dijadikan landasan teori.

b. *Field Reseach* (Penelitian Lapangan)

1) Wawancara yaitu peneliti melakukan wawancara pada pimpinan Kolombo Hotel sehingga diperoleh data mengenai gambaran umum.
2) Observasi yaitu merupakan pengamatan dan pencatatan dengan sistem terhadap segala sesuatu yang dimiliki.
3) Quesionare yaitu diperoleh data yang diperlukan sehubungan dengan masalah yang diangkat yaitu masalah yang menyangkut kepuasan konsumen yang melalui faktor penetapan harga, pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Kolombo Hotel kepada konsumen.
4) Dokumentasi ini akan diperoleh data dari dokumen-dokumen yang ada di Kolombo Hotel dengan ini akan diketahui dari gambaran umum dari perusahan Kolombo Hotel

2. Pengembangan Instrumen

Pengembangan instrumen penelitian yang digunakan dalam peneliti adalah faktor sosial, faktor

personal, faktor psikologi, faktor kebudayaan yang mempengaruhi perilaku konsumen di Kolombo Hotel.

Tabel 2. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item pertanyaan
1.	Harga (X_1)	- Keterjangkauan harga - Kesesuaian harga - Daya saing harga	2 2 2
2.	Fasilitas (X_2)	- Perencanaan ruang - Perlengkapan/perabotan - Tata cahaya dan warna	2 2 2
3.	Pelayanan (X_3)	- Bukti Fisik - Keandalan - Ketanggapan(Daya Tanggap)	2 2 2
4	Kepuasan Konsumen (Y)	- Penyediaan layanan - Kecepatan bekerja - Daya tanggap	2 2 2

C. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan alat bantu program SPSS versi 23.0, dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Uji Validitas : digunakan untuk menguji keabsahan butir instrumen penelitian, sebab suatu instrumen penelitian yang valid memengaruhi validitas tinggi, sebaliknya suatu instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.
2. Uji Reliabilitas : digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai koefisien *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.
3. Uji Asumsi Klasik :

a. Uji Normalitas : digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dengan asumsi, apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun, jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas : digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0).

c. Uji Autokorelasi : digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya.

d. Uji Heteroskedastisitas : digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan asumsi jika titik-titik membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Berganda : digunakan untuk mencari hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik.

$$\mathbf{Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3}$$

Keterangan :
Y = Kepuasan Konsumen
a = Bilangan Konstanta
b1,b2,b3, = Koefisien regresi
X1 = Harga
X2 = Fasilitas X3 = Pelayanan

5. Uji Parsial (Uji T) : digunakan untuk menguji taraf signifikan masing-masing variabel bebas secara individu terhadap sikap kepuasan konsumen. Jika sig t > 0,05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini diketahui tidak adanya pengaruh yang signifikan, jika sig t < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini diketahui adanya pengaruh yang signifikan.
6. Uji secara bersama-sama (Uji F) : digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika tingkat signifikan F > 0,05 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini diketahui secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikanJika tingkat signifikan F < 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini diketahui secara simultan ada pengaruh yang signifikan.
7. Koefisien Determinasi : digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan mengambil sampel konsumen pada Kolombo Hotel Kota Kediri. Dari 40 kuesioner yang disebarkan maka semuanya dapat digunakan untuk analisis data. Sebelum membahas hasil penelitian, maka akan terlebih dahulu

akan dibahas deskripsi identotas responden yang berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka didapat data identitas responden yang diuraikan sebagai berikut :

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

   Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Laki-Laki	24	60,0
Perempuan	16	40,0
Total	40	100

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

2. Responden berdasarkan usia

   Dari penelitian 40 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
21-30	5	12,5
31-40	29	72,5
>40	6	15,0
Total	40	100

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

3. Responden berdasarkan pekerjaan

   Dari 40 orang yang dipilih sebagai responden adalah PNS, pegawai swasta, wiraswasta dan lain-lain. Dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
PNS	11	27,5
Pegawai Swasta	18	45,0
Wiraswasta	7	17,5
Lain-lain	4	10,0
Total	40	100

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

4. Responden berdasarkan pendapatan

   Dari 40 orang yang dipilih sebagai responden terdapat beberapa berdasarkan jumlah pendapatan responden. Berdasarkan jumlah pendapatan dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 5. Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
< 500.000	2	5,0
500.000-1.000.000	4	10,0
1.000.000-1.500.000	3	7,5
1.500.000-2.000.000	10	25,0
>2.000.000	21	52,5
Total	40	100

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

   Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. ≤ 0,05 = valid dan r hitung sig. > 0,05 = tidak valid. Kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi 5 % dan n=40 didapat r

tabel = 0,312. Maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga	1	0,693	0,312	Valid
	2	0,732	0,312	Valid
	3	0,677	0,312	Valid
	4	0,797	0,312	Valid
	5	0,655	0,312	Valid
	6	0,664	0,312	Valid
Fasilitas	1	0,854	0,312	Valid
	2	0,835	0,312	Valid
	3	0,880	0,312	Valid
	4	0,877	0,312	Valid
	5	0,709	0,312	Valid
	6	0,883	0,312	Valid
Pelayanan	1	0,847	0,312	Valid
	2	0,687	0,312	Valid
	3	0,758	0,312	Valid
	4	0,721	0,312	Valid
	5	0,738	0,312	Valid
	6	0,676	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen	1	0,747	0,312	Valid
	2	0,695	0,312	Valid
	3	0,687	0,312	Valid
	4	0,721	0,312	Valid
	5	0,820	0,312	Valid
	6	0,827	0,312	Valid

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Jika r_{hitung} di bawah 0,312 akan dinyatakan tidak valid (gugur). Sebaliknya bila r_{hitung} di atas 0,312 maka dinyatakan valid. Sehingga semua pernyataan pada masing-masing variabel diatas dinyatakan valid semua.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar daripada 0,60.

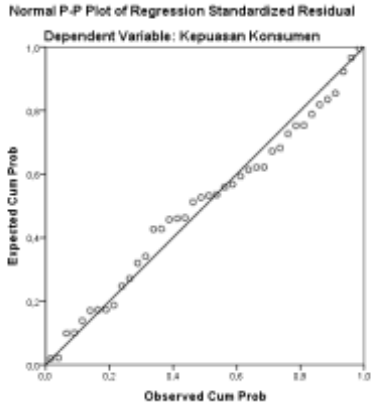
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	r alpha hitung	r alpha tabel	Keterangan
Penetapan Harga (X1)	0,795	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,912	0,60	Reliabel
Pelayanan (X3)	0,825	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,828	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Keputusan reliabel/tidak reliabel dilihat dari kolom r alpha hitung (*Cronbach's Alpha*). Bila angka korelasi di bawah 0,60 dinyatakan tidak reliabel. Sebaliknya bila angka korelasinya di atas 0,60 maka dinyatakan reliabel. Nilai r alpha hitung semua variabel berada > 0,60, maka instrumen tersebut sudah reliabel.

3. Uji Normalitas



Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Gambar 2. Grafik *Normal Probability Plot*

Pada grafik *normal probability plot* di atas terlihat titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari kedua grafik tersebut maka dapat dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi uji asumsi normalitas.

4. Uji Multikolonieritas

Nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk multikolonieritas adalah

tidak melebihi 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10. Hasil uji multikolonieritas tertera pada Tabel 8 berikut ini :

Tabel 8. Hasil Nilai VIF dan Angka *Tolerance*

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,523	1,913
	Fasilitas	,395	2,529
	Pelayanan	,489	2,045

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Dari tabel 7 diatas terlihat bahwa smua variabel X memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi

5. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat melalui tabel dibawah :

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

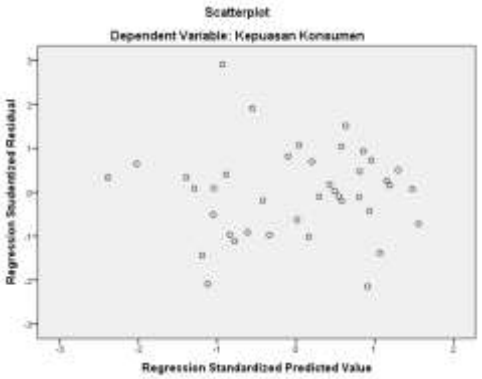
Model	Durbin Watson
1	1,969

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Berdasarkan tabel 8 diatas nilai durbin watson yang dihasilkan adalah 1,969. Nilai du (3,40) = 1,659 sehingga 4 – du = 4 – 1,659 = 2,341. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai durbin watson terletak antara du s/d 4-du sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

6. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui *scatterplot* pada Gambar 3 dibawah :



Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)

Dari gambar *scatterplot* di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun di bawah nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini

7. Analisis Regresi Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3,272	1,543	
	Harga	,340	,090	,340
	Fasilitas	,341	,077	,456
	Pelayanan	,216	,081	,247

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 3{,}272 + 0{,}340\ X_1 + 0{,}341\ X_2 + 0{,}216\ X_3}$$

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. a = 3,272 memiliki arti apabila harga (X_1), fasilitas (X_2) dan pelayanan (X_3) diasumsikan sama dengan nol (=0), maka variabel kepuasan konsumen sebesar 3,272.
b. b1 = jika variabel harga mengalami kenaikan satu poin, sedangkan fasilitas dan pelayanan dianggap tetap, maka akan mnyebabkan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,340.
c. b2 = jika variabel fasilitas mengalami kenaikan satu poin, sedangkan harga dan pelayanan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,341.
d. b3 = jika variabel pelayanan mengalami kenaikan satu poin, sedangkan harga dan fasilitas dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,216.

8. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* :

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,921[a]	,849	,836	1,74893	1,969

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Berdasarkan Tabel 11, koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,836. Hal ini berarti harga, fasilitas dan pelayanan dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 83,6% dan sisanya yaitu 16,4% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

9. Uji Parsial (Uji T)

a. Variabel harga (X_1) memiliki t_{hitung} 3,788 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel harga sebesar 0,001< 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti diketahui harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
b. Variabel fasilitas (X_2) memiliki t_{hitung} 4,425 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,000< 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti diketahui fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Variabel pelayanan (X_3) memiliki t_{hitung} 2,667 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel pelayanan sebesar 0,011< 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti diketahui pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

10. Uji Bersama-sama (Uji F)

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617,885	3	205,962	67,335	,000[b]
	Residual	110,115	36	3,059		
	Total	728,000	39			

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

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 23.0 (2017)

Berdasarkan perhitungan yang dapat dilihat pada tabel maka dapat diperoleh F_{hitung} 67,335 > F_{tabel} 3,252 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan ini dapat diketahui secara bersama-sama harga, fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

C. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen**

   Menurut Tjiptono (2014:151) " harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan ". Untuk mengukur harga tersebut ada beberapa indikator dalam harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan daya saing harga. Dari hasil uji hipotesis penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel. Hasil ini memberikan bukti nilai t_{hitung} 3,788 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel harga sebesar 0,001< 0.05, maka dapat diketahui harga secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan daya saing harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. **Fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen**

Menurut Tjiptono (2014:165) " fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum menawarkan suatu jasa kepada konsumen ". Beberapa indikator yang mempengaruhi dalam penyediaan fasilitas adalah perencanaan ruang, perlengkapan/perabotan dan tata cahaya/warna. Dari hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel. Hasil ini memberikan bukti nilai t_{hitung} 4,425 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,000< 0.05, maka dapat diartikan semakin banyak fasilitas yang diberikan, semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diartikana bahwa dengan perencanaan ruang, perlengkapan dan tata cahaya dalam penyediaan fasilitas harus ada sebelum ditawarkan kepada konsumen akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian Rahman (2015) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:50) " pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dan kinerja ". bberapa indikator mempengaruhi dalam suatu pelayanan adalah bukti fisik, keandalan dan daya tanggap. Dari hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel. Hasil ini memberikan bukti nilai t_{hitung}2,667 > t_{tabel} 2,028 dan nilai probabilitas signifikansi variabel pelayanan sebesar 0,011< 0.05, maka dapat diartikan semakin baiknya pelayanan yang diberikan, semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dengan bukti fisik, keandalan dan daya tanggap suatu pelayanan merupakan perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima konsumen akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian Falakh (2016) bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keepuasan konsumen.

4. Harga, fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian ini terbukti bahwa variabel harga, fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

di Kolombo Hotel. Hal ini terbukti dari nilai F_{hitung} 67,335 > F_{tabel}3,252 dengan tingkat signifikansi 0,000< 0,05, dapat diartikan bahwa semakin tingggi nilai dari ketiga variabel tersebut, maka akan semakin tinggi juga kepuasan konsumen di Kolombo Hotel.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisa dan diuraikan pada bab sebelumnya yaitu tentang "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kolombo Hotel Kota Kediri" tahun 2017, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel Kota Kediri. Semakin terjangkaunya harga yang dibeerikan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terrhadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel Kota Kediri. Semakin banyak fasilitas yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen
3. Pelayanan berpengaruh signifikan tehadap kepuasan konsumen di Kolombo Hotel Kota Kediri. Semakin baik pelayanan yang diberikan, seemakin tinggi pula kepuasan konsumen.
4. Harga, Fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Kolombo Hotel Kota Kediri. Smakin tinggi nilai harga, fasilitas dan pelayanan, semakin tinggu pula kepuasan konsumen.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Christoper Lovelock & Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks. Indonesia.

Falakh, Adhy Fajrur Nur. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Fassilias dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Bintang Tawangmangu.* Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Ghozali, Imam. 2009. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS".* UNDIP. Semarang.

Hapsari, Mengayu Respati. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Semesta Semarang.* Universitas Negeri Semarang. Semarang.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.

Kusuma, Rizal Wahyu. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan di Somerset Surabaya Hotel*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta

Rahman, Mohammad Rifki. 2015. *Pengaruh Pelayanan, Citra dan Fasilitas tterhadap Kepuasan Konsumen Hotel LOR-IN di Solo.* Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Riduwan. 2011. *Dasar-dasar Statistika*. Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Alfabeta. Bandung

Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI. Yogyakarta.

Yunus dan Budiyanto. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Narita Hotel Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.