

PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP PADA HOTEL BHINNEKA DI GRESIK

Susetyorini, Yosua Budi Purwanto

ABSTRACT

Increasingly fierce competition in the Hospitality industry. Various strategies can be chosen to be implemented by the managers of hotels in order to compete and continue to grow in line with consumer demands. Understand the hotel is in developing or not developing governance is a step that should always be done. Hotel Bhinneka Gresik pricing policy, which offered relatively cheap prices for the intended market segment is medium. Relatively low prices and satisfactory service is supported, so the company has hopes that consumers have decided to stay at this hotel, and this course meets the basic objectives of the company's profits.

Referring to the fact that researchers interested in conducting research on "The Influence of Price and Service Satisfaction Of Customer To Stay In Hotel Unity in Gresik". The purpose of this study were: To determine whether there is significant influence between price and service to customer satisfaction Unity Hotel in Gresik.

The population of this study is the overall consumer who stay at the Hotel Bhinneka Gresik. Because the population is too much then the pen entuan number of samples using the purposive random sampling using the formula of Nursalam and obtained a sample of 97 people many consumers. The variables in this study consisted of the cost of the service as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. Methods of data collection using questionnaires. Analysis of data using multiple regression analysis.

Based on the results of multiple regression analysis was obtained regression equation is $Y = 2.267 + 0.357 + 0.080 X_1 X_2$. Keberartian test regression equation obtained with the F test calculated $F = 13.688$ with significance rates of $0.000 < 0.05$, which means there is simultaneously the influence of price and service to customer satisfaction. Partial assay results obtained with significance $t_1 = 4.928$ $0.000 < 0.05$, this means there is a very strong influence between the prices of consumer satisfaction, $t_2 = 1.112$ with a significance of $0.265 < 0.05$, this suggests that there is no effect but there the relationship between service to customer satisfaction.

Referring to the results of research in which the variable price of a very strong influence on customer satisfaction greater than among the variables of service, then the parties need to conduct cost-efficiency of production, review of pricing, improved service quality, do periodic training to its employees, and companies should also consider other factors that consumers are more satisfied to stay at the Hotel Unity for example, factor products, promotions, location, process and employee.

Keywords: Price, Service, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Berbagai perubahan yang terjadi, baik perubahan lingkungan perekonomian, teknologi, budaya dan lainnya mempengaruhi lingkungan pasar yang dihadapi oleh berbagai usaha, termasuk industri pariwisata (jasa). Industri pariwisata Indonesia yang sempat terpuruk akibat bom Bali kini berusaha bangkit. Sinyal ini ditunjukkan dengan diluncurkan jargon dan logo pariwisata terbaru "Visit Indonesian Year 2008". Industri pariwisata mendapat perhatian yang serius dari pemerintah karena merupakan sumber devisa nonmigas. Industri pariwisata diharapkan memberikan sumbangan cukup besar bagi pendapatan devisa negara hingga dapat dijadikan pendamping bagi pendapatan yang berasal dari pajak maupun dari sektor migas lainnya. Adanya perhatian yang serius dari pemerintah industri pariwisata akan lepas dari keterpurukan.

Upaya mendukung keberhasilan pembangunan sektor pariwisata maka peranan hotel merupakan salah satu alat penunjang keberhasilan sektor pariwisata. Pelayanan serta sarana yang baik akan mampu meningkatkan jumlah pengunjung. Hotel termasuk usaha bisnis yang menekankan pada penjualan jasa. Menurut Kottler dalam (Tjiptono, 2000 : 6) Jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walau demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Pemasaran jasa pada dasarnya sama

caranya dengan yang dilakukan perusahaan barang untuk mencapai sasaran penjualan

Berbagai strategi dapat dipilih untuk diterapkan oleh para pengelola hotel agar mampu bersaing dan terus berkembang sejalan dengan tuntutan konsumen. Memahami hotel yang dikelola berkembang atau tidak berkembang merupakan satu langkah yang harus senantiasa dilakukan. Hotel Bhinneka Gresik menerapkan kebijakan harga, dimana harga yang ditawarkan relatif murah karena segmen pasar yang dituju adalah menengah kebawah. Harga yang relatif murah serta ditunjang pelayanan memuaskan, sehingga perusahaan memiliki harapan supaya konsumen memutuskan untuk menginap di hotel ini dan hal ini tentu saja memenuhi tujuan dasar perusahaan yaitu laba.

Dari latar belakang masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah variabel harga (X_1) dan pelayanan (X_2) berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) untuk menginap pada Hotel Bhinneka di Gresik.
2. Untuk mengetahui apakah variabel harga (X_1) dan pelayanan (X_2) berpengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) untuk menginap pada Hotel Bhinneka di Gresik.
3. Ingin mengetahui Variabel manakah diantara variabel harga (X_1) dan variabel pelayanan (X_2) yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen (Y) untuk menginap pada Hotel Bhinneka di Gresik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (*quantitative research*), yaitu yang menggunakan desain deskriptif, yaitu dengan menggambarkan pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk mengingat pada Hotel Bhinneka di Gresik. Lokasi yang dijadikan obyek penelitian adalah Hotel Bhinneka III di Gresik, yaitu perusahaan jasa pelayanan yang menyewakan kamar, yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin S.H. 736 a, Gresik.

Pada penelitian ini populasinya adalah pelanggan Hotel Bhinneka di Gresik. Karena terlalu luas populasi penelitian ini maka dalam penelitian ini dilakukan pengambilan sampel. Penentuan besarnya sampel penelitian terhadap populasi pelanggan Hotel Bhinneka Gresik adalah dengan menggunakan Random Acak Sederhana, dimana responden ditentukan secara langsung dengan sistem penjarangan di Hotel Bhinneka, sehingga diharapkan sampel yang diambil adalah proposional dan dapat mewakili populasi.

Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat populasi yang diteliti jumlahnya banyak dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka dalam memperoleh data untuk penelitian ini digunakan cara sampling dimana penelitian tidak dikenakan pada semua obyek, tetapi hanya sebagian obyek, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2000:23). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengingat pada hotel Bhinneka di Gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang mengingat di Hotel Bhinneka Gresik pada tahun 2010 yang berjumlah 3240 orang.

Karena keterbatasan waktu dan biaya maka dari sejumlah populasi yang ada diambil sebagian untuk dijadikan sample dalam

penelitian. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah dengan teknik *purposive random sampling* dimana peneliti menentukan sampelnya dari konsumen yang mengingat pada hotel Bhinneka Gresik pada saat peneliti melakukan penelitian. Adapun besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Nursalam, 2003) sebagai berikut

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

Dimana:

- n : jumlah sampel
- N : jumlah populasi
- d : tingkat signifikansi (p)

$$n = \frac{3.240}{1 + 3.240(0,1^2)}$$

n = 97,005988 dibulatkan menjadi 97

Jadi sampel yang diambil sebesar 97,005988 atau dibulatkan menjadi 97 responden

Variable Penelitian

Variabel Bebas (X)

1. Harga (X₁)

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa yang diukur dengan menggunakan indikator :

- a. Tingkat harga
- b. Cara pembayaran
- c. Potongan harga

2. Pelayanan (X₂)

Pelayanan adalah suatu sikap atau tindakan yang dilakukan oleh karyawan Hotel Bhinneka terhadap konsumen untuk menarik kesan dan penilaian yang baik dimata konsumen, yang diukur dengan menggunakan indikator :

- a. Bukti langsung
- b. Keandalan
- c. Daya tangkap
- d. Jaminan
- e. Perhatian

Variabel Terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

Yaitu preferensi tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa dengan indikator :

- a. Kesesuaian harapan pelayanan
- b. Kemudahan memperoleh
- c. Kesiediaan merekomendasikan

(Sugiono 2008:133). Dengan tingkatan dan skor :

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Kurang setuju	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis yang dipakai atau digunakan dalam pengumpulan data ini adalah sebagai berikut :

1. Studi pustaka, yaitu teknik pengumpulan data dan teori yang relevan melalui studi literature dan jurnal penelitian untuk mendukung analisis dan pemecahan masalah.
2. Penelitian lapangan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara terjun langsung di lokasi penelitian, melalui:
 - Wawancara, yaitu tanya jawab langsung yang dilakukan terhadap responden maupun pihak hotel.
 - Observasi, yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis atas operasional perusahaan.
 - Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data intern perusahaan dengan cara menyalin arsip, perusahaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan
 - Kuesioner, yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan data daftar pertanyaan yang disusun dengan struktur dan jelas, yang diajukan kepada karyawan perusahaan yang dijadikan responden.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert merupakan skala yang mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau fenomenal yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi yang tersedia

Proses pengolahan data

Data yang terkumpul selanjutnya diolah melalui beberapa tahap, yang secara runtut diterangkan sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu melakukan seleksi dan koreksi atas jawaban kuesioner dari responden untuk mendapatkan jawaban yang valid dengan kriteria tidak ada jawaban ganda pertanyaan terjawab semua, dan bebas dari coretan.
2. *Coding*, yaitu memberi kode pada jawaban kuesioner agar mudah dikenali atau dibedakan satu dengan yang lain.
3. *Scoring*, yaitu memberi skor atau nilai (angka) pada jawaban kuesioner agar mudah dianalisis.
4. *Tabulating*, yaitu menyusun data numerik (angka) jawaban kuesioner ke dalam kolom-kolom table agar dapat mudah dihitung nilai rata-ratanya (mean), penyebaran data (simpangan baku), regresi, determinasi, korelasi dan uji signifikansi.

Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh kehandalan kuisioner perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu. Tujuan mengetahui kadar validitas setiap butir pertanyaan dalam kuesioner pada masing-masing variabel, penelitian dan untuk mengetahui reliabilitasnya.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Validitas suatu butir pertanyaan dapat

dilihat pada hasil print out SPSS pada tabel dengan judul *Item - total Statistik* Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai *r*-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item-total Correlation* > dari *r*-tabel (Nugroho 2005 : 68). Penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 79, maka nilai *r*-tabelnya dapat diperoleh melalui df (degree of freedom) = $n-k$

- N = jumlah responden
K = merupakan jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Penggunaan analisis regresi berganda membutuhkan beberapa asumsi, diantaranya tiga asumsi dasar yang tidak boleh dilanggar oleh regresi linier (Sumarsono, 2002; 37):

- Tidak Boleh ada multikolinearitas.
- Tidak boleh ada autokorelasi.
- Tidak boleh ada heteroskedastisitas.

Apabila salah satu dari ketiga asumsi dasar tersebut dilanggar maka persamaan regresi yang tidak lagi bersifat BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) sehingga pengambilan keputusan melalui uji *t* dan *F* menjadi bias.

1. Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Hubungan

antara variabel bebas yang dikatakan memiliki nilai multikolinearitas jika memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak disekitar angka 1 dan angka toleransi tidak mendekati angka 1 serta memiliki nilai koefisien diatas 0,5. Pada model regresi linier yang baik tidak boleh terdapat multikolinearitas. Syarat suatu model yang regresi linier yang tidak terdapat multikolinearitas adalah nilai VIF disekitar angka 1 dan angka toleransi mendekati angka 1 serta koefisien korelasi antara variabel bebas dibawah nilai 0,5 (Sumarsono, 2002;38).

Apabila dalam model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel bebas, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* < 0,10 dan *VIF* > 10, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas

2. Autokorelasi

Dapat didefinisikan sebagai korelasi antara data observasi yang diurutkan berdasarkan urutan waktu (dan *time series*) atau data yang diambil pada waktu tertentu (*data cross section*), (Ghozali 2002;69). Jadi dalam model regresi linier diasumsikan tidak terdapat gejala *autokorelasi*, artinya nilai residual (*Y* observasi *Y* prediksi) pada waktu ke-*t* tidak boleh ada hubungan dengan nilai residual periode sebelumnya (*et*-).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi maka perlu dilihat tabel Durbin Watson dengan jumlah variabel bebas (*k*) dan jumlah data (*n*) sehingga diketahui *d*₁ dan *d*₂ maka dapat diperoleh distribusi daerah keputusan ada atau terjadi autokorelasi (Ghozali 2002;67). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut

- Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan (2-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (dl) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW lebih besar daripada (2-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (2-du) dan (2-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan

3. Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2001:70). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

Gejala *heteroskedastisitas* terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasi nilai data yang diteliti. Menurut Ghozali (2002:105) salah satu cara untuk mendeteksi kemungkinan terjadinya gejala *heteroskedastisitas* yang digunakan adalah Uji Park. Menurut Dwi Priyanto (2008:42) uji *heteroskedastisitas* dengan menggunakan Uji Park yaitu meregresikan nilai residual ($Ln\epsilon^2$) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2).

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- H_0 : tidak ada gejala *heteroskedastisitas*
- H_a : ada gejala *heteroskedastisitas*
- H_0 diterima bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti tidak terdapat *heteroskedastisitas* dan H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ yang berarti terdapat *heteroskedastisitas*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu menggunakan komputer Lotus Smart 1-2-3 (khusus untuk *spreadsheet* data) dan SPSS (*statistic programs for Social Sciences* data) versi 14.0 (khusus untuk aplikasi analisis statistic).

1. Pengujian Analisis

Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda adalah sebuah alat uji yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan matematis dengan menggunakan variabel bebas lebih dari satu. Persamaan regresi berganda yang akan digunakan untuk menguji persoalan ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat (kepuasan konsumen)
 - a = bilangan konstanta
 - b_1 = Koefisien regresi Harga
 - b_2 = Koefisien regresi Pelayanan
 - X_1 = variabel bebas 1 (harga)
 - X_2 = variabel bebas 2 (pelayanan)
- (Algifari, 2000:62).

Untuk menentukan persamaan liner yang menggunakan program komputerisasi yaitu SPSS.

2. Pengujian Hipotesis

Setelah diketahui besarnya pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen maka langkah selanjutnya adalah menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Uji Hipotesis ditetapkan dengan 3 (tiga) cara, yaitu menggunakan uji-F, uji-T, dan uji dominasi:

- Uji Simultan (Uji-F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebasnya secara serempak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada derajat kesalahan 5 %. Apabila F

hitung $>$ F tabel, maka berarti variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruhnya yang dominan terhadap variabel bergantungnya, atau hipotesis kedua yaitu H_a diterima

– Uji Parsial (Uji-T)

Uji ini untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji ini pada out put SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficiens*^a. Nilai dan uji t-test dapat dilihat pada masing-masing variabel independent. Jika nilai p-value $<$ 0.05, atau t-hitung $>$ t-tabel berarti variabel bebas berpengaruh secara signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Hotel Bhinneka di Gresik didirikan oleh Bapak I Nyoman Sudiarsa pada tahun 1996 dengan No Ijin Usaha 741/K3/1061. lokasi perusahaan ada di Jalan Dr. wahidin Sudirohusodo 736-a Gresik, hingga sekarang. Perusahaan bergerak di dalam bidang perhotelan yang didasari oleh pelayanan kamar, pendirian perusahaan ini diversifikasi usaha dari bapak I Nyoman Sudiarsa, yang mempunyai cabang Hotel Bhinneka di Surabaya dan Bali yang berkelas melati.

Perusahaan perhotelan dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat yang dimana akan meningkatnya bidang pariwisata di Indonesia yang terutama para wisatawan dari internasional maupun local terus bertambah, dikarenakan Indonesia ini bidang pariwisatanya sangat menunjang terutama untuk devisa Negara dan usaha bagi perusahaan perhotelan contohnya Hotel Bhinneka ini, keberadaan Hotel Bhinneka di Gresik ini yang mempunyai tempat yang strategis yaitu dekat dengan Tol kearah Surabaya, dekat dengan Terminal Bunder, dekat dengan kantor Bupati Gresik dan tempat wisata di Gresik contohnya Makam Sunan Giri di Giri.

Karena faktor usia Bapak I Nyoman Sudiarsa maka mempercayakan perusahaan ini kepada Bpk Nyoman Pradnyana putranya,

hingga sekarang. Pada kepemimpinan Ibu Ni Luh Wiwid perkembangan Hotel Bhinneka akan ditingkatkan mulai dari Faktor karyawan, dari infrastruktur Hotel, dan perkembangan Hotel Bhinneka di Surabaya dan Gresik agar hasil penjualan terus meningkat setiap tahun mendatang. Hasil tamu yang diperoleh untuk 2 tahun belakangan ini mengalami peningkatan dikarenakan hasil dari produksi, pengelolaan, promosi, sumber daya manusia yang siap, memberikan hasil yang positif dari perusahaan, meskipun meningkatnya daya persaingan hotel di Indonesia ini dan melambungnya harga-harga pasar tidak mempengaruhi perkembangan hotel yang justru memberikan penjualan kamar yang terjangkau yaitu antara kamar ekonomi dan V.I.P Room.

Karakteristik Reponden Penelitian

1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang jenis kelamin konsumen Hotel Bhinneka Gresik dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden Penelitian

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pria	62	63,02
2.	Wanita	35	36,08
		97	100

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan data pada table 5.1 bahwa konsumen Hotel Bhinneka Gresik ternyata yang terbanyak adalah pria sebanyak 62 responden atau (63,02%) sedangkan paling sedikit adalah wanita sebanyak 35 orang atau (36,08%).

2. Deskripsi Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang usia konsumen Hotel Bhinneka Gresik dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7.2
Distribusi Umur Responden Penelitian

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	16	16,49
2.	20 -25 tahun	21	21,64
3.	25 - 30 tahun	27	27,83
4.	> 30 tahun	33	34,04
Jml		97	100

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan data pada tabel 7.2 di atas menunjukkan bahwa konsumen Hotel Bhinneka Gresik yang terbesar adalah berusia 30 tahun keatas yaitu sebesar 33 orang atau (34,04%), sedangkan yang paling sedikit berusia 20 kebawah sebesar 16 responden atau (16,49%).

3. Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang tingkat pendidikan dari konsumen Hotel Bhinneka Gresik dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7.3
Distribusi Tingkat Pendidikan Responden Penelitian

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	6	6,20
2.	SLTP	11	11,34
3.	SLTA	27	27,83
4.	Perguruan Tinggi	53	54,63
Jmt		97	100

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 7.3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan konsumen Hotel Bhinneka Gresik terbanyak adalah perguruan tinggi sebesar 53 orang atau (54,63%). sedangkan paling sedikit adalah tingkat SD sebesar 6 orang atau (26,20%).

4. Deskripsi Pendapatan Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang pendapatan dari konsumen Hotel Bhinneka Gresik dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 7.4

Distribusi Pendapatan Responden Penelitian

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp. 500.000	9	9,28
2	>Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	12	12,37
3	>Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	45	46,39
4	>Rp. 1.500.000	31	31,96
Jumlah		97	100

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan data pada tabel 7.4 di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan dari konsumen Hotel Bhinneka Gresik yang terbesar adalah lebih dari Rp. 1.000.000-Rp 1.500.000 yaitu sebesar 45 responden atau (46,39%) sedangkan paling sedikit adalah kurang dari Rp. 500.000 yaitu sebanyak 9 orang atau (9,28%)

5. Deskripsi Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang pekerjaan dari konsumen Hotel Bhinneka Gresik dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7.5
Distribusi Pekerjaan Responden Penelitian

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri	12	12,37
2	Pegawai Swasta	44	45,36
3	Wiraswasta	28	28,86
4	Mahasiswa	13	13,41
Jumlah		97	100

Sumber : Data penelitian diolah, 2010.

Berdasarkan data pada tabel 7.5 di atas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan dari konsumen Hotel Bhinneka Gresik yang terbesar adalah mahasiswa yaitu sebesar 44 responden atau (55,00%) sedangkan paling sedikit adalah buruh yaitu sebanyak 2 orang atau (1,67%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini digunakan kuisioner untuk mengumpulkan data penelitian. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas isi suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 7.6 Hasil Uji Validitas

No	Butir pertanyaan	$R_{\text{hasil}} > R_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	X_1		
	$X_{1,1}$	$0.409 > 0,202$	Valid
	$X_{1,2}$	$0.297 > 0,202$	Valid
	$X_{1,3}$	$0.481 > 0,202$	Valid
	$X_{1,4}$	$0.291 > 0,202$	Valid
	$X_{1,5}$	$0.477 > 0,202$	Valid
	$X_{1,6}$	$0.456 > 0,202$	Valid
	$X_{1,7}$	$0.286 > 0,202$	Valid
2	X_2		
	$X_{2,1}$	$0.269 > 0,202$	Valid
	$X_{2,2}$	$0.376 > 0,202$	Valid
	$X_{2,3}$	$0.357 > 0,202$	Valid
	$X_{2,4}$	$0.306 > 0,202$	Valid
	$X_{2,5}$	$0.463 > 0,202$	Valid
	$X_{2,6}$	$0.265 > 0,202$	Valid
3	Y		
	Y.1	$0.227 > 0,202$	Valid
	Y.2	$0.273 > 0,202$	Valid
	Y.3	$0.255 > 0,202$	Valid
	Y.4	$0.577 > 0,202$	Valid
	Y.5	$0.433 > 0,202$	Valid
	Y.6	$0.238 > 0,202$	Valid

Sumber : Hasil perhitungan

Dari hasil uji validitas instrumen semua variabel didapatkan $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ dimana nilai $r_{\text{tabel}} = 0,202$ dengan tingkat signifikansi 5% dari $N = 97$. Jadi seluruh butir pertanyaan dari variabel bebas maupun variabel terikat terbukti valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas ini suatu butir variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 7.7

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	α	Keterangan
Harga	0,618	Reliabel
Reliabel	0,666	Reliabel
Pelayanan	0,608	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan

Dari tabel di atas menunjukkan makna bahwa tiap-tiap jawaban responden atas pernyataan kuisioner mempunyai konsistensi yang tetap.

Uji Asumsi Klasik

Asumsi regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedasitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas hubungan antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas jika memiliki nilai tolerance value $> 0,10$ dan $VIF < 10$.

Tabel 7.8

Koefisien Tolerance value dan VIF Masing-masing Variabel

Variabel Bebas	Tolerance Value	VIF	Keterangan
Harga	0,984	1,016	Nonmultikolinearitas
Pelayanan	0,984	1,016	Nonmultikolinearitas

Sumber : Hasil Perhitungan

Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai *tolerance value* dan *VIF* dari variabel bebas adalah lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

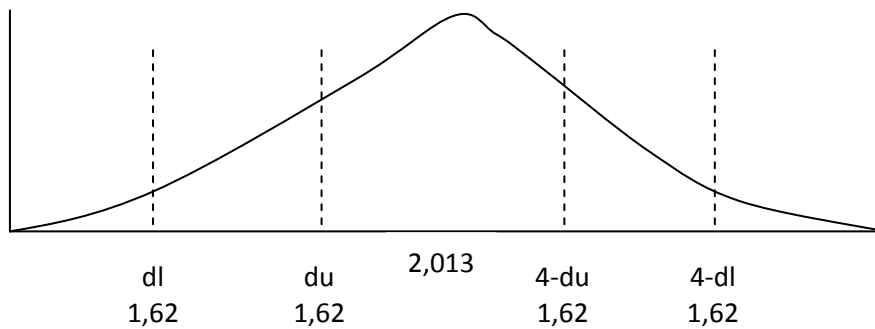
2. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui gejala autokorelasi maka perlu dilihat tabel Durbin Watson dengan jumlah variabel bebas $k = 2$ sedangkan jumlah pengamatan 97 maka diperoleh $dl = 1,62$ dan $du = 1,71$.

Tabel 7.9
Nilai Durbin Watson

	Nilai	Keterangan
Durbin Watson	2,013	Tidak ada autokorelasi

Sumber : Lampiran 3



Gambar 7.1 Kurva Durbin Waston

Gambar 7.1 menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson 2,013 terletak diantara batas atas du (1,71) dan $4 - du$ (2,29), maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji park, yaitu meregresikan nilai residual ($Ln\epsilon_i^2$) dengan masing-masing variable dependen (LnX_1 dan LnX_2), H_0 diterima bila $-t$ tabel $< t$ hitung $< t$ tabel berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan H_0 ditolak bila t hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

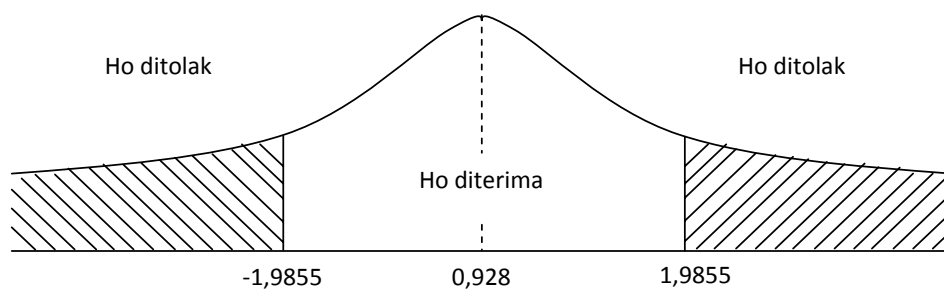
Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS :

Tabel 7.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel bebas	t	Sig
Harga	0,928	0,000
Pelayanan	0,122	0,265

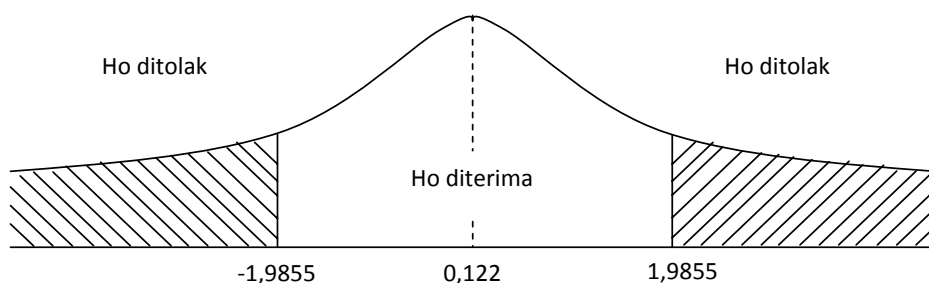
Sumber : lampiran 4

Daerah penentuan H_0 dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 7.2 Daerah Penentuan Ho Uji Heteroskedastisitas Lnei² dengan LnX₁

Gambar 7.2 di atas 0,928, sedangkan nilai t tabel adalah -1,9855 (Alfa 2,5%), karena nilai t hitung (0,928) berada pada $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka Ho diterima artinya pengujian antara Lnei² dengan LnX₁ tidak ada gejala heteroskedastisitas.



Gambar 7.3 Daerah Penentuan Ho Uji Heteroskedastisitas Lnei² dengan LnX₂

Gambar 7.3 di atas 0,122, sedangkan nilai t tabel adalah -1,9855 (Alfa 2,5%), karena nilai t hitung (0,122) berada pada $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka Ho diterima artinya pengujian antara Lnei² dengan LnX₂ tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Variabel bebasnya adalah harga (X₁) dan pelayanan (X₂). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan dengan bantuan SPSS for Windows ver: 16. Berikut rangkuman hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 7.11
Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien regresi	Standar Error	t	Sig.
Harga	0,357	0,072	4,928	0,000
Pelayanan	0,080	0,072	1,122	0,265
Konstanta = 2,267				
Adjusted R Square = 0,209				
R. Square = 0,226				
R = 0,475				
N = 97				
F = 13,688				

Sumber : Hasil Perhitungan

Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,267 + 0,357X_1 + 0,080X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) b_0 : 2,267 : artinya menunjukkan besarnya kepuasan konsumen dengan nilai 2,267 jika nilai harga dan pelayanan = 0.
- b) b_1 : 0,357: artinya apabila faktor harga (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan nilai, maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,357 satuan nilai, dengan asumsi variabel pelayanan, dalam keadaan konstan.
- c) b_2 : 0,080 : artinya apabila faktor pelayanan (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan nilai, maka akan menaikkan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,080 satuan nilai, dengan asumsi variabel harga, dalam keadaan konstan.

Tabel 7.12
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.475(a)	.226	.209	.072	2.013

Sumber : Hasil Perhitungan

Nilai R square sebesar 0,226, artinya variasi dalam variabel bebas mampu menjelaskan kepuasan konsumen (Y) sebesar 22,6%. Nilai Adjusted R Square menunjukkan nilai 0,209, ini artinya bahwa variabel bebas dalam penelitian ini harga (X_1), dan pelayanan (X_2), mampu menjelaskan sebesar 20,9% variasi perubahan nilai kepuasan konsumen (Y), sedangkan sisanya 79,1% dijelaskan oleh faktor lain yaitu produk, tempat, promosi, karyawan dan proses yang tidak terdapat dalam model.

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan harga (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap nilai kepuasan konsumen (Y). Maka pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik statistik uji t (parsial) dan uji F (simultan).

1. Uji Parsial (Uji-T)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansinya $> 5\%$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 5\%$ maka H_0 ditolak

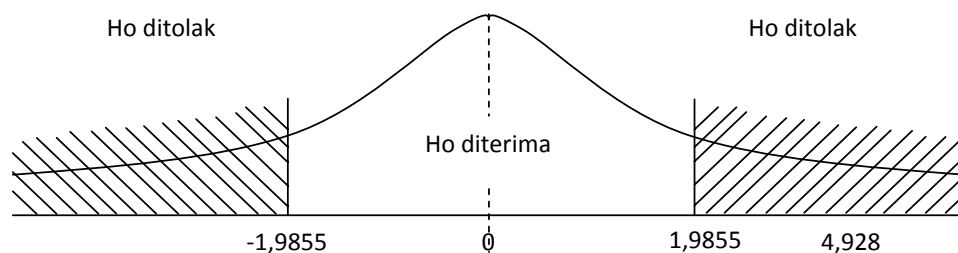
Hipotesis penelitian:

Variabel X_1 harga

H_0 : menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_1 : menyatakan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan perhitungan diperoleh t_{hitung} 4,928 lebih besar dari t_{tabel} 1,9855.



Gambar 7.4 Kurva Daerah Permintaan dan Penolakan Ho Uji t Harga hotel

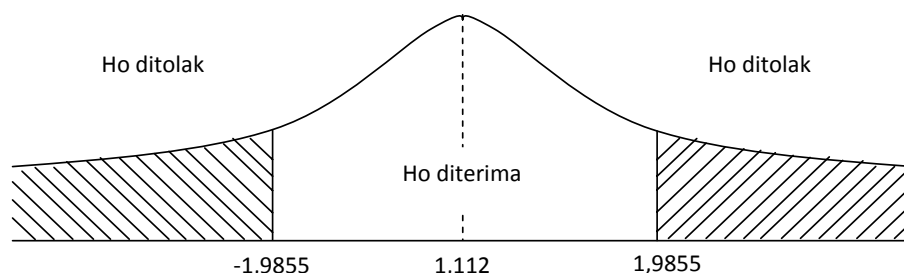
Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa Ho ditolak dan H_1 diterima, hal ini karena $t_{hitung} 4,928 > t_{tabel} 1,9855$ dan nilai signifikan t yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berarti harga berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan konsumen.

Variabel X_2 pelayanan

Ho : menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y).

H1 : menyatakan bahwa ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan perhitungan diperoleh t hitung 1,112 lebih besar dari t tabel 1,9855.



Gambar 7.5 Kurva Daerah Permintaan dan Penolakan Ho Uji t Pelayanan hotel

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa Ho diterima dan H_1 ditolak, hal ini karena $t_{hitung} 1,112 < t_{tabel} 1,9855$ dan nilai signifikan t yang lebih besar dari 0,05 ($0,265 > 0,05$). Berarti pelayanan tidak berpengaruh tetapi mempunyai hubungan terhadap kepuasan konsumen.

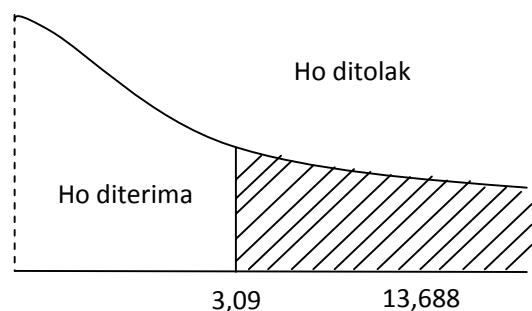
2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Perhitungan signifikansi pada uji F dihitung berdasarkan F_{hitung} dan dengan signifikansi sebesar 0,05 (5%). Jika F_{hitung} yang dihasilkan lebih besar dari F_{tabel} dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 maka artinya semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

H_0 : menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

H_1 : menyatakan bahwa ada pengaruh antara harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini karena $F_{hitung} 13,688 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikan F yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 7.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data uji hipotesis dan interpretasi hasil yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini karena $t_{hitung} 4,928 > t_{tabel} 1,9855$ dan nilai signifikan t yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berarti harga mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier baganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini karena $t_{hitung} 1,112 < t_{tabel} 1,9855$ dan nilai signifikan t yang lebih besar dari $0,05$ ($0,265 > 0,05$). Berarti pelayanan tidak berpengaruh tetapi mempunyai hubungan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah faktor harga. Hal ini dikarenakan harga merupakan gambaran yang muncul dalam benak konsumen ketika konsumen memiliki niat untuk menginap di hotel.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16, disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini karena $F_{hitung} 13,688 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikan F yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran dari peneliti sebagai berikut :

1. Perusahaan perlu melakukan efisiensi biaya produksi supaya harga yang ditetapkan ke konsumen semakin murah dan konsumen merasa puas.
2. Perusahaan perlu meninjau ulang mengenai penetapan harga karena persaingan yang semakin tajam dalam dunia perhotelan.
3. Perusahaan hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan yang selama ini dirasakan kurang baik oleh konsumen sehingga para konsumen bisa merasa puas untuk menginap pada Hotel Bhinneka
4. Melakukan pelatihan-pelatihan secara berkala kepada karyawannya sehingga para karyawan Hotel Bhinneka lebih cakap dan terampil dalam menanggapi masalah atau kepentingan konsumen.
5. Perusahaan hendaknya harus memperhatikan faktor-faktor lain agar konsumen lebih merasa puas untuk menginap pada Hotel Bhinneka misalnya produk, promosi, lokasi, proses dan pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Algiari. 2000. Analisis Regresi Teori Kasus dan solusi. Edisi 2. Yogyakarta : BPFE.*
- Arikunto, Suharsimi, 1998. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta*
- Assauri, Sofyan, 1999. Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi, Jakarta : PT Raja Grafindo.*
- Ghozali, Iman. (2001). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang.*
- Ghozali, Imam. 2002. Aplikasi Analisa Multivariate dengan Progam SPSS. Edisi 2. Universitas Diponegoro. Semarang.*
- Hasan, M. Iqbal. 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi penelitan Dan Aplikasinya, Jakarta : Ghalia Indonesia*
- Kotler, Philip, 1996. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga*
-,1997. Manajemen Pemasaran di Indonesia (terjemahan AB. susanto). Jakarta: Salemba Empat.*
-dkk, 1994. Manjemen Pemasaran persepektif Asia. Yogyakarta ANDI OFFSET*
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat.*
- Rangkuti, Freddy, 2003. Measuring Costumer Satisfaction. Jakarta: PT SUN*
- Sugiyono, 2000. Statistika untuk Penelitian. Bandung: CV. ALFA BETA*
- Swastha, Basu, 2000. Asas-Asas Marketing. Yogyakarta: Liberty.*
-,& Irawan, 1998. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty.*

