

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL BOROBUDUR JAKARTA

1st Zainal Prayogi, 2nd H. Agustian Burda, BSBA, MBA
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
Jl. Jati Mahoni No.67 Rt.006 Rw. 004 Kel. Jati
Kec.Pulogadung Jakarta Timur 13220
zainalprayogi@gmail.com

Abstract - This study aims to determine the effect of Price, Facilities, and Service Quality on Customer Satisfaction at Hotel Borobudur Jakarta.

The population of this research is consumers who stay at Borobudur Hotel. The sampling method uses census techniques, with a total sample of 88 respondents. The strategy used in this study is an associative / quantitative research strategy measured by the calculation of the coefficient of determination (partial and simultaneous) and hypothesis testing with SPSS 22.0

The result showed that (1) Price partially had a significant effect on customer satisfaction. (2) Facilities partially had not a significant effect on customer satisfaction, (3) Service Quality partially had a significant effect on customer satisfaction, (4) Price, Facilities, Service Quality simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction

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

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur Jakarta.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Hotel Borobudur Jakarta dengan menyebarkan kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sensus, dengan jumlah sampel sebanyak 88 responden. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian Asosiatif/ kuantitatif yang diukur dengan perhitungan Koefisien Determinasi (Parsial dan Simultan) serta pengujian Hipotesis dengan SPSS 22.00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, (2) Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, (4) Harga, fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

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

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini dunia bisnis sudah banyak persaingan yang begitu ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Banyak Hotel bintang lima yang baru banyak bermunculan yang mempunyai fasilitas- fasilitas terbaru Dalam segi persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan produk dan kualitas jasa yang memberikan nilai lebih terhadap semua konsumen. suatu bisnis adalah menciptakan rasa

puas kepada kepuasan konsumen (Reza Harjoyudanto Dharmawan dan Tatiana Kristianingsih, 2018 : 481). Bisnis dalam bidang perhotelan khususnya, merupakan industri jasa yang *fluktuatif*, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangatlah dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan yang mencakup faktor sosial, ekonomi dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor internal disini merupakan faktor dari dalam hotel itu sendiri yaitu fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh hotel dan juga kualitas pelayanannya. Salah satu jasa yang diberikan pihak hotel adalah makanan, minuman, transportasi, dan jasa lainnya (Aryo Prasetyo dan Imroatul Khasanah, 2015: 1).

Tabel 1.1 Data tamu menginap di Hotel Borobudur Jakarta periode januari 2019 – Desember 2019

BULAN	TAHUN	DATA PENGUNJUNG
Januari	2019	20.218
Februari	2019	21.137
Maret	2019	24.536
April	2019	18.649
Mei	2019	17.862
Juni	2019	21.165
Juli	2019	25.337
Agustus	2019	22.943
September	2019	22.832
Oktober	2019	21.630
November	2019	26.740
Desember	2019	23.581

Sumber : Hotel Borobudur Jakarta, 2019

Dilihat dari tabel 1.1 dapat dilihat secara langsung diatas adanya persaingan yang terjadi pada pengunjung Hotel Borobudur Jakarta pada setiap bulannya selama tahun 2019 pada bulan Januari diangka 20.218, pada bulan februari juga mengalami kenaikan sebesar 21.137, pada bulan Maret mengalami kenaikan sebesar 24.536, dan pada bulan April mengalami penurunan 18.649, bulan Mei mengalami penurunan 17.862, pada bulan Juni megalami kenaikan sebesar 21.165, pada bulan Juli mengalami kenaikan sebesar 25.337, pada bulan Agustus mengalami penurunan sebesar 22.943, bulan September mengalami penurunan sedikit sebesar 22.832, pada bulan Oktober mengalami penurunan sebesar 21.630 , pada bulan November mengalami titik kenaikan sebesar 26.740 dan pada bulan Desember mengalami penurunan sebesar 23.581. Hal ini menunjukkan bahwa Hotel Borobudur Jakarta memiliki kenaikan dan penurunan pelanggan pada setiap bulanya yang disebabkan karena adanya ketidak kepuasan dari konsumen seperti konsumen yang harapkan, seperti Harga yang lumayan mahal akan tetapi fasilitas dan kualitas pelayanan yang buruk yang menyebabkan konsumen tidak merasa puas. Konsumen cenderung memilih hotel – hotel yang mempunyai harga yang bersahabat serta mempunyai fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta”.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta?
4. Apakah Harga, fasilitas, kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta?

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di jelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Borobudur Jakarta.

II. KAJIAN LITERATUR

2.1. Pengertian Pemasaran

Definisi menurut Sofjan Assauri (2014:12) Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengan Dalian program – program yang dibuat untuk membentuk, membangun, memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Stanton dalam Tambajong (2013:12) pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang di rancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan. Menurut Buchory dan saladin (2010:2) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang menyangkut individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, pertukaran (nilai) produk dengan yang lain.

2.2. Harga

Menurut setyaningrum (2015:7) Harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi pilihan dalam menentukan suatu pilihan produk. Sedangkan menurut sumarwan (2014:372) Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Menurut Untuk sebagian besar konsumen Indonesia yang masih berpendapatan rendah, maka harga adalah faktor utama yang dipertimbangan dalam memilih atau membeli produk maupun jasa. Menurut Alma (2014:169) Harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dan menurut Fandi Tjiptono (2012:152) mengatakan bahwa harga memiliki dua peranan utama yaitu, peneranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang di harapkan berdasarkan daya belinya. Sedangkan menurut Effendi dan M. Guntur (2010:281) Harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.3. Harga

Bicara soal harga, dimana harga sangat berperan penting dalam pemasaran. Harga yang terlampaui mahal tidak dapat terjangkau oleh sasaran, yang ada akhirnya akan membuat penjualan tersendat. Sebaliknya, harga yang terlalu murah akan membuat perusahaan sulit untuk menutup biaya atau mendapatkan laba. Harga murah terkadang dipresepsikan berkualitas buruk. Bagi sebagian besar pemasar, harga merupakan persoalan yang membutuhkan pertimbangan matang dan cermat. Sebagaimana halnya elemen-elemen bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi), bila dipergunakan secara tepat, maka harga dapat menjadi senjata strategik untuk bersaing secara efektif. Harga dapat disesuaikan atau diubah secara dramatis, tergantung apa yang ingin dicapai. Kendati demikian, penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.

2.4. Fasilitas

Menurut Sulastiyono dan Kusuma (2015) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatan . dan menurut Suharso dan Retnoningsih (2014:138) fasilitas adalah sarana untuk memperlancar pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk pelanggan . Sedangkan menurut zakiah Darazat (2012:230) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. dan menurut Mansur (2011) fasilitas adalah berbagai tindakan atau hasil yang ditawarkan suatu usaha atau perusahaan kepada orang lain pada dasarnya dapat dilihat dan tidak menjadi hak milik..

2.5. Kualitas Pelayanan

Dengan adanya penjelasan tentang beberapa variabel diatas, maka yang akan didapat Menurut Sulastiyono dan Kusuma (2015) kualitas pelayanan merupakan penyedia fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatannya. Dan menurut Goets dan Davis (2012) mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013) kualitas adalah keseluruhan ciri -ciri dan karakteristik - karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah di tentukan . dan menurut Pujawan (2010) kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dan perbandingan-perbandingan antara harapan pelanggan dan perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual pelayanan

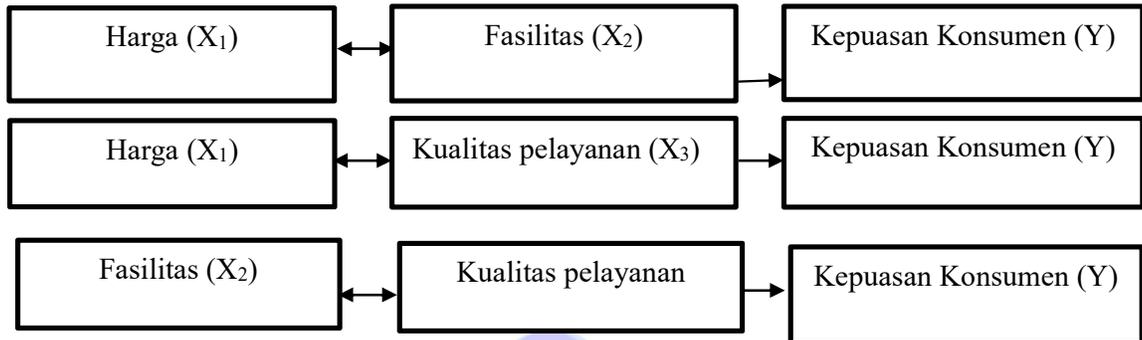
2.6. Kepuasan Konsumen

Menurut Gurrathne (2014) kepuasan dalam perhotelan yaitu kepuasan konsumen dinyatakan oleh tingkat kesesuaian antara yang di harapkan dan yang di alami. Sedangkan menurut Alamsalam (2014) perusahaan yang mampu dengan cepat memahami kepuasan pelanggan, menghasilkan keuntungan dari pada perusahaan yang gagal memahami dan memuaskan mereka. Sedangkan menurut WHDPUG (2014) kepuasan konsumen adalah hasil dari persepsi pelanggan tentang nilai yang sama dengan hubungan transaksi, dimana persepsi kualitas pelayanan dibandingkan dengan nilai yang diharapkan dan transaksi atau hubungan. Sedangkan menurut Sumawan (2013) kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Sedangkan menurut Assauri (2012) kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator kedepan akan keberhasilan bisnis perusahaan yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen merupakan perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan

pertama produk atau hasil ekspektasi. Dan sedangkan Tjiptono (2010) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian

2.7. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian

2.7.1. Kerangka Keterkaitan Antar Variabel Penelitian



2.7.2. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen jika manfaat yang di peroleh setelah menggunakan produk sebanding dengan harga yang di tawarkan, konsumen pun akan merasa puas. Sedangkan menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap dan beragam fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka hal itu akan menjadi salah satu aspek yang di perhatikan oleh konsumen.

2.7.3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pemasaran pada umumnya berkaitan langsung dengan masalah harga suatu produk dan kualitas pelayanan. Jika harga yang di tetapkan terlalu mahal, tidak sesuai dengan kualitas pelayanan, konsumen akan cenderung meninggalkannya dan mencari pelayanan atau penyedia jasa lain yang sejenis yang dapat memberikan kepuasan terhadap kepuasan konsumen.

2.7.4. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kepuasan merupakan tingkat akhir dari pemanfaatan fasilitas atau pelayanan. Hal ini disesuaikan dengan harapan yang telah ditargetkan. Kepuasan konsumen ini dapat dikatakan merupakan titik penting dari suatu usaha oleh perusahaan jasa dimana pelanggan merasa ekspektasi mereka terhadap semua kualitas pelayanan dan fasilitasnya dapat terpenuhi dengan baik. Jika fasilitas yang lengkap mempunyai kualitas pelayanan yang baik, tamu yang menginap akan merasakan kepuasan tersendiri terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan.

2.7.5. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:151) berpendapat bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilai akan meningkat pula, Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang menurun harga pun ikut menurun agar terciptanya kepuasan konsumen. Diponegoro Journal Of Management Vol.4 No.3

2.7.6. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:161) berpendapat bahwa mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan terhadap fasilitas jasa. Persepsi pelanggan terhadap suatu jasa dapat dipengaruhi oleh suasana yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa, dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.4 No.4

2.7.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2016:125) Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Bila penilaian yang dihasilkan positif, maka kualitas layanan ini akan berdampak pada terjadinya kepuasan pelanggan. Atas dasar pemikiran tersebut maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.4 No.4

2.7.8. Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan tingkat akhir dari pemanfaatan Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan. Hal ini disesuaikan dengan harapan yang telah ditargetkan. Kepuasan konsumen dapat ditargetkan perusahaan jasa khususnya industry perhotelan. ini hal yang dituju oleh suatu perusahaan jasa dimana pelanggan merasa ekspektasi mereka terhadap semua Harga, fasilitas, kualitas pelayanan dapat terpenuhi dengan baik. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.4 No.4

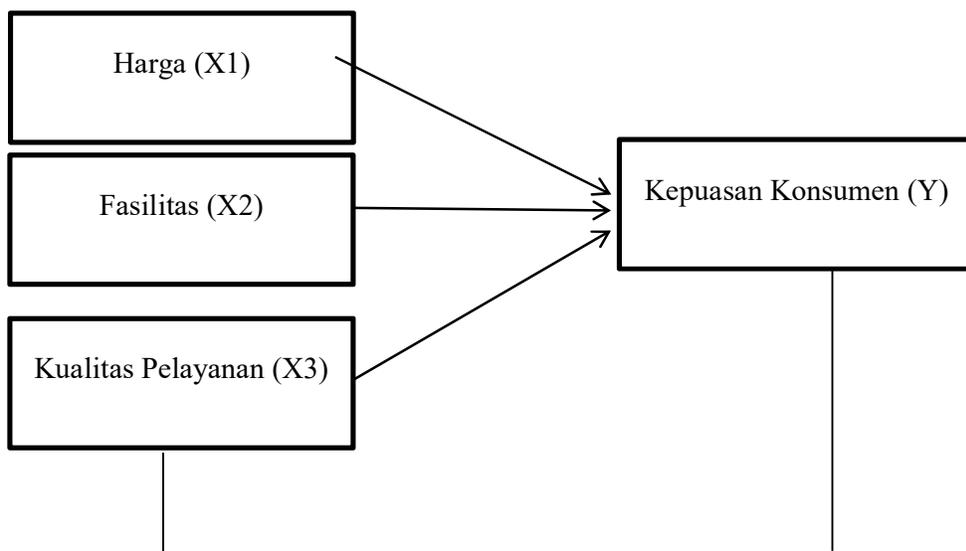
2.8. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang masih harus di buktikan kebenarannya. Berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Diduga terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Diduga terdapat pengaruh Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian



2.5.1 Penjelasan Konseptual Penelitian

Dilihat dari kerangka konseptual diatas, bahwa tujuan dari penelitian ini ingin melihat apakah harga (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), Apakah fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan apakah kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan apakah harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

III. METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan adalah strategi Asosiatif yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas atau lebih terhadap variabel terkait penelitian ini bertujuan untuk memberkan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Harga (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang merupakan Variabel terkait

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2014:55) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh tamu atau konsumen yang berjumlah 740 pelanggan.

. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat di tolerir dalam penelitian ini. Rumus *Slovin* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots$$

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Tingkat Kesalahan (10%)

Adapun perhitungan sampel dalam rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{740}{1 + 740.(10\%)^2} = \frac{740}{8,4} = 88,09 \approx 88$$

3.3. Metoda Analisis Data

3.3.1. Metoda Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari hasil survei akan dikelompokan berdasarkan variabel dan jenis responden dan tabulasi . pengolahan data dilakukan dengan perhitungan, menggunakan software SPSS (statistic product and service solution) versi 22.0 agar hasil perhitungan dapat cepat di peroleh .

3.3.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan di sajikan dalam bentuk tabel yang diharapkan akan mempermudah penelitian dalam menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.3.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini, yaitu hasil dari survey melalui kuesioner yang akan dikelompokan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi, menyiapkan data setiap variabel yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

menggunakan analisa koefisien korelasi dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

1. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Semakin koefisien determinasi mendekati angka 0, maka semakin kecil pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Sebaliknya semakin koefisien determinasi mendekati 1, maka semakin besar pengaruh antar variabel dependen (Priyatno 2008:79). Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terkait (dependent) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

- (1) Pengaruh determinasi parsial X_1 Terhadap Y (X_2 dan X_3 Konstan)
 $KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\%$ (3.5)
- (2) Pengaruh determinasi parsial X_2 Terhadap Y (X_1 dan X_3 Konstan)
 $KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\%$ (3.6)
- (3) Pengaruh determinasi parsial X_3 Terhadap Y (X_1 dan X_2 Konstan)
 $KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\%$ (3.7)
- (4) Pengaruh determinasi parsial X_1, X_2, X_3 Terhadap Y
 $KD_{1.2.3} = r_{Y1.2.3}^2 \times 100\%$ (3.8)

3.3.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis secara parsial.

- a. Pengaruh Harga (X_1) terhadap kepuasan Konsumen (Y)
 $H_0 : \rho_{y1.23} = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap kepuasan konsumen .
 $H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$ Terdapat pengaruh antara Harga terhadap kepuasan konsumen.
- b. Pengaruh fasilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)
 $H_0 : \rho_{y2.13} = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen .
 $H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$ Terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
- c. Pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)
 $H_0 : \rho_{y3.12} = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen .
 $H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$ Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 Untuk membuat kesimpulan, nilai significance t dibanding dengan taraf nyata α ($5\%=0,05$ dengan kriteria :
 H_0 ditolak, jika significance $t < \alpha$, dan H_a diterima
 H_0 diterima, jika significance $t \geq \alpha$, dan H_a ditolak

2. Pengujian hipotesis simultan

- d. Pengaruh antara X_1, X_2 DAN X_3 terhadap Y
 $H_0 : \rho_{y123} = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara Harga, Fasilitas, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

H_a : $\rho_{y2.13} \neq 0$ (terdapat pengaruh antara Harga, Fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen)
 H_0 ditolak, jika signifiacnce $F < 0,05$ dan H_a diterima
 H_0 diterima, jika signifiacnce $F > 0,05$, dan H_a ditolak

Jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan menyimpulkan H_0 ditolak, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan dari variabel bebas tertentu variabel terkait.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Hotel Borobudur Jakarta dikelilingi tanah 9,3 hektar di pusat ibu kota, berdiri dideket istana kepresidenan dan merupakan salah satu hotel terbaik di Indonesia. Borobudur adalah sebuah nama yang diambil dari sebuah Candi Budha abad ke-9 terkemuka di Jawa Tengah, Replika candi Borobudur tersebut diletakkan ditengah taman hotel agar dapat dilihat semua pengunjung, Hotel Borobudur Jakarta merupakan pelopor dalam bidangnya. (Sejarah Borobudur, Wikipedia.org, 2017: 1)

Keputusan untuk menutup gedung utama diambil guna mempercepat proses peremajaan hotel ini mencakup pemasangan berbagai system baru, dan Hotel Borobudur Jakarta melanjutkan perjalanan bersejarahnya dengan gaya, keanggunan dan kenyamanan yang menggambarkan potret sebuah legenda. Sementara sarana baru dan pelayanan yang telah di tingkatkan melengkapi hotel dibawah kepemilikan PT. Jakarta Internasional Hotels and Development. Kehangatan dan keramahan Hotel Borobudur Jakarta menjadi bagian yang terpenting untuk memanjakan setiap tamu yang berkunjung dan menginap di Hotel Borobudur Jakarta

4.2. Deskripsi Responden

Dalam gambaran umum mengenai responden ini akan di sajikan data yang telah di peroleh dari penelitian yang telah dilakukan pada 88 responden. Pengumpulan data dari penelitian yaitu mengenai pengaruh Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta. Dalam laporan ini akan disajikan data mengenai profil responden yang terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan perbulan.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase
1	Laki – Laki	47	53
2	Perempuan	41	47
Jumlah		88	100

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa dari 88 orang responden yang telah diteliti berdasarkan profil responden berdasarkan jenis kelamin, maka didapatkan presentase sebesar 53% untuk konsumen laki – laki dan 47% konsumen perempuan . Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menginap di Hotel Borobudur Jakarta tidak di dominasi atas salah satu jenis kelamin, karena hasil presentase berdasarkan jenis kelamin memiliki tingkat yang tidak jauh.

2. Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
----	------	-----------------	------------

1	21 – 30 Tahun	60	68
2	31- 40 Tahun	21	24
3	≥ 41 Tahun	7	8
Jumlah		88	100

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa dari 88 orang responden yang telah diteliti berdasarkan profil responden berdasarkan karakteristik usia, maka didapatkan presentase 68% untuk usia 21- 30 tahun, 24% untuk usia 31 - 40 tahun, 8% untuk usia lebih dari 41 tahun. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menginap di Hotel Borobudur Jakarta di dominasi untuk usia 21-30 tahun.

3. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase
1	Pelajar / Mahasiswa	21	24
2	PNS	7	8
3	Pegawai Swasta	43	49
4	Wirausaha	8	9
5	Pekerjaan Lainnya	9	10
Jumlah		88	100

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3. diatas dapat dilihat bahwa dari 88 orang responden yang telah diteliti berdasarkan profil responden berdasarkan jenis pekerjaan, maka didapatkan presentase 24% Pelajar / Mahasiswa, 8 % PNS, 49% Pegawai Swasta, 9% Wirausaha, 10 % Pekerjaan Lainnya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menginap di Hotel Borobudur Jakarta Paling banyak Pada Pekerjaan Pegawai Swasta.

4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Presentase
1	Rp.1.000.000- Rp.4.000.000	25	28
2	Rp.5.000.000- Rp.8.000.000	43	49
3	Lebih dari Rp.9.000.000	20	23
Jumlah		88	100

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa dari 88 orang responden yang telah diteliti berdasarkan profil responden berdasarkan karakteristik pendapatan, maka didapatkan presentase 28 % Pendapatan Rp.1.000.000- Rp.4.000.000, 49% Pendapatan Rp.5.000.000- Rp.8.000.000, 23% Pendapatan Lebih dari Rp.9.000.000. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menginap di Hotel Borobudur Jakarta didominasi paling besar atas pendapatan Rp.5.000.000- Rp.8.000.000.

4.4. Hasil Pengujian Operasionalisasi Variabel

4.4.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) kuesioner dan instrument penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas (r_{hitung}) sebesar 0,30 atau lebih, sehingga faktor

tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas kontruksi yang baik dan sebaliknya jika nilai validitas lebih kacil dari 0,30 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

Setiap pernyataan instrument perlu dilakukan uji validitas setiap butirnya, sehingga dapat mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan pada penelitian ini. Pengujian menggunakan program SPSS versi 22.0.

1. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pernyataan instumen Harga (X1) terdiri dari 4 pernyataan, pada tabel 4.6. sebagai berikut:

Tabel 4.6. Validitas instrument per butir variabel Harga (X1)

No. Pertanyaan	rhitung	rkritis	Keputusan
X1.1	0,801	0,30	Valid
X1.2	0,653	0,30	Valid
X1.3	0,632	0,30	Valid
X1.4	0,597	0,30	Valid

Dari data yang diperoleh dan ditunjukkan pada tabel 4.6 hasil variabel Kepuasan Harga (X1) seluruh pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > 0,30$ maka data tersebut dapat dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pernyataan instrument Fasilitas (X2) terdiri dari 6 pernyataan, pada tabel 4.7. sebagai berikut:

4.7. Validitas instrument per butir variabel Fasilitas (X2)

No. Pertanyaan	rhitung	Rkritis	Keputusan
X2.1	0,487	0,30	Valid
X2.2	0,446	0,30	Valid
X2.3	0,474	0,30	Valid
X2.4	0,364	0,30	Valid
X2.5	0,628	0,30	Valid
X2.6	0,570	0,30	Valid

Dari data yang diperoleh dan ditunjuka pada tabel 4.7. hasil Variabel Kepuasan Fasilitas (X2) seluruh pernyataan memiliki $r_{hitung} > 0,30$ maka data tersebut dapat dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pernyataan instrument (X3) Terdiri dari 5 pernyataan pada tabel 4.8. sebagai berikut :

Tabel 4.8. Validitas Instrumen per butir Variabel Kualitas Pelayanan

No. Pertanyaan	Rhitung	Rkritis	Keputusan
X3.1	0,430	0,30	Valid
X3.2	0,313	0,30	Valid
X3.3	0,488	0,30	Valid
X3.4	0,403	0,30	Valid

X3.5	0,488	0,30	Valid
------	-------	------	-------

Dari data yang diperoleh dan ditunjukkan kepada tabel 4.8. hasil variabel kualitas pelayanan (X3) Seluruh pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > 0,30$ maka data tersebut dapat dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berikut ini adalah hasil pengolahan data untuk pernyataan instrument kepuasan konsumen (Y) terdiri dari 4 pernyataan pada tabel 4.9. sebagai berikut :

Tabel 4.9. Validitas Instrumen per buir Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
,609		4	

No. Pertanyaan	Rhitung	Rkritis	Keputusan
Y1.1	0,609	0,30	Valid
Y1.2	0,661	0,30	Valid
Y1.3	0,602	0,30	Valid
Y1.4	0,684	0,30	Valid

Dari data yang di peroleh dan ditunjukkan pada tabel 4.9. hasil variabel Kepuasan Konsumen (Y) seluruh pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > 0,30$ maka data tersebut dapat dikatakan Valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

1.4.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan statistic Cronchbach Alpha (α), tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS versi 22.0. adapun ringkasan hasil uji reliabilitas dapat disajikan pada tabel ini.

Tabel 4.10. Hasil uji Reliabilitas instrument variabel Harga (X1)

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel diatas merupakan bahwa data hasil jawaban kuesioner terhadap 4 item pertanyaan yang mewakili Variabel Harga (X1) dikatakan reliable. Hal ini dibuktikan diperolehnya nilai Cronbach Alpha (α) sebesar 0,609 dimana nilai tersebut sudah melebihi 0,60.

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Fasilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,705	6

Sumber :Data diolah (2020)

Tabel diatas merupakan bahwa data hasil jawaban kuesioner terhadap 6 item pernyataan yang mewakili variabel Fasilitas (X2) dikatakan reliable. Hal ini dibuktikan diperolehnya nilai Cronbach Alpha (α) sebesar 0,705, dimana nilai tersebut sudah melebihi 0,60.

Tabel 4.12. Hasil Uji Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,879	5

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel diatas merupakan bahwa data hasil jawaban kuesioner terhadap 5 item pernyataan yang mewakili variabel Kualitas Pelayanan (X3) dikatakan reliable. Hal ini dibuktikan diperolehnya nilai Cronbach Alpha 0,879 dimana nilai tersebut sudah melebihi 0,60.

Tabel 4.13. Hasil Uji Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,618	4

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel diatas merupakan bahwa data hasil jawaban kuesioner terhadap 4 item pernyataan yang mewakili variabel kepuasan konsumen (Y) dikatakan reliable. Hal ini dibuktikan diperolehnya nilai Cronbach Alpha (α) sebesar 0,618 dimana nilai tersebut sudah melebihi 0,60.

merupakan bahwa data hasil item pernyataan yang konsumen (Y) dikatakan diperolehnya nilai Cronbach

1.5. Analisis Statistik Data

4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi

1.5.1.1 Koefisien Determinasi Parsial

1. Koefisien determinasi parsial X1 terhadap Y (X2 Dan X3 Konstan)

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi parsial X1 (Harga)

Correlations				
Control Variables			Harga	Kepuasan Konsumen
Fasilitas & Kualitas Pelayanan	Harga	Correlation	1,000	,503
		Significance (2-tailed)		,000
		Df	0	84
	Kepuasan Konsumen	Correlation	,503	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	
		Df	84	0

Dari Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 diperoleh koefisien korelasi parsial antara X1 dengan Y sebesar 0,503 dengan demikian nilai koefisien determinasi Harga terhadap kepuasan konsumen dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD_{1.23}^2 &= r_{y1.23}^2 \times 100\% \\ &= 0,503^2 \times 100\% \\ &= 25\% \end{aligned}$$

Hasil koefisien determinasi parsial Harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 25%. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 25% dan sisanya sebesar 75% dipengaruhi Variabel lain.

2. Koefisien Determinasi parsial X2 terhadap Y (X1 dan X3 Konstan)

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi parsial X1 (Harga)

Correlations				
Control Variables			Fasilitas	Kepuasan Konsumen
Harga & Kualitas Pelayanan	Fasilitas	Correlation	1,000	-,064
		Significance (2-tailed)		,560
		Df	0	84
	Kepuasan Konsumen	Correlation	-,064	1,000
		Significance (2-tailed)	,560	
		Df	84	0

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 diperoleh koefisien korelasi parsial X2 dengan Y sebesar -0,064 dengan demikian nilai koefisien determinasi fasilitas terhadap kepuasan konsumen dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD_{2.13}^2 &= r_{y2.13}^2 \times 100\% \\ &= -0,064^2 \times 100\% \\ &= 0,41\% \end{aligned}$$

Hasil koefisien determinasi parsial fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,41 % . sehingga dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,41% dan sisanya sebesar 99,59% dipengaruhi variabel lain.

3. Koefisien determinasi parsial X3 terhadap Y (X1 dan X2 konstan)

Tabel 4.16 Koefisien determinasi parsial X1 kualitas Pelayanan

Correlations				
Control Variables			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
		Correlation	1,000	-,281

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL BOROBUDUR JAKARTA

Harga & Fasilitas	Kualitas Pelayanan	Significance (2-tailed)		,009
		Df	0	84
	Kepuasan Konsumen	Correlation	-,281	1,000
		Significance (2-tailed)	,009	
	Df	84	0	

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 diperoleh koefisien korelasi parsial antara X3 dan Y sebesar -0,281 dengan demikian nilai koefisien determinasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD_{3,12}^2 &= r_{y3,12}^2 \times 100\% \\
 &= -0,281^2 \times 100\% \\
 &= 8\%
 \end{aligned}$$

Hasil koefisien determinasi parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 8 %. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasana konsumen sebesar 8 % dan sisanya sebesar 92 % dipengaruhi variabel lain.

4.5.1.2 Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Koefisien determinasi berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel secara bersama – sama (simultan). Dari perhitungan diperoleh data berpasangan antara variabel X1, X2, X3 terhadap Y. setelah melakukan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22.0, maka diperoleh nilai koefisien determinasi simultan sebagai berikut :

Tabel 4.17. Koefesien Determinasi Berganda Harga (X1), Fasilitas, (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	,293	,267	1,182
a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan				

Sumber : Data diolah dengan Program SPSS versi 22.0

Berdasarkan pada tabel diatas besarnya nilai Adjustes R Square adalah sebesar 0,267. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen penelitian, dengan cara menghitung, lagi rumus berikut ini :

$$\begin{aligned}
 KD_{1,2,3} &= r_{y123} \\
 &= 26,7\%
 \end{aligned}$$

Hasil koefisien determinasi berganda sebesar 26,7%, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh Harga, Fasilitas, dan kualitas pelayanan sebesar 26,7%, sedangkan sisanya 73,3% yang di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

1.5.2 Uji Hipotesis

1.5.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial (uji t)

Pengujian Hipotesis secara parsial (uji t), yaitu untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas yang terdiri dari X1,X2,X3, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), jika dilakukan secara terpisah.

Tabel 4.18 Hasil pengujian Hipotesis parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,070	3,091		4,875	,000
Harga	,408	,076	,499	5,333	,000
Fasilitas	-,057	,097	-,054	-,585	,560
Kualitas Pelayanan	-,288	,108	-,247	-2,679	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 22.0 (2020)

1. Pengujian Hipotesis parsial panguaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Berdasarkan hasil perolehan pengolahan data dengan SPSS versi 22.0. diperoleh nilai signifikan pada variabel Harga sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta.
2. Pengujian Hipotesis parsial panguaruh Fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Berdasarkan hasil perolehan pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 diperoleh nilai tidak signifikan pada variabel Fasilitas sebesar 0,560 yang berarti $0,560 > 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta.
3. Pengujian Hipotesis Parsial panguaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) Berdasarkan hasil perolehan pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 diperoleh nilai signifikan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,009 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta .

1.5.2.2 Pengujian Hipotesis Simultan (uji F)

Pengujian Hipotesis secara simultan (uji F), yaitu mengetahui apakah setiap variabel bebas yang terdiri dari X1,X2,X3, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), jika dilakukan secara bersama sama

Tabel 4.19 Hasil pengujian Hipotesis Simultan (uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	48,511	3	16,170	11,584	.000 ^b

Residual	117,261	84	1,396		
Total	165,773	87			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					
b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan					

Sumber : Data diolah dengan program SPSS versi 22.0 (2020)

Dari perolehan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 22.0 uji hipotesis secara simultan, diperoleh nilai signifikan F pada Harga, Fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 artinya nilai signifikan lebih kecil dari taraf nyata ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima, maka secara simultan terdapat pengaruh signifikan Harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Borobudur Jakarta. Artinya semakin baik Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan Hotel Borobudur Jakarta, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

4.6. Temuan Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 88 responden dan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, serta pengujian hipotesis secara parsial, peneliti menemukan bahwa harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan fasilitas (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara hasil hipotesis secara simultan antara harga (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Temuan Hasil Harga (X_1)

Hasil uji hipotesis satu menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya semakin baik harga yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta kepada konsumennya, seperti memberikan promo – promo bulanan, konsumen akan kembali menggunakan jasa Hotel Borobudur Jakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melati (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin sesuai dengan harga yang di tentukan oleh perusahaan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan di Hotel Nugraha Unahaa Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara.

2. Temuan Hasil Fasilitas (X_2)

Hasil uji hipotesis s menyatakan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,560 lebih besar dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya hal tersebut bisa terjadi karena di dukung oleh harga dan kualitas pelayanan yang baik yang di berika oleh Hotel Borobudur Jakarta, sehingga fasilitas apapun yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta tidak berpengaruh teradap kepuasan konsumen.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica M. Suwandi, Lisbeth Manaeke dan Rita N. Taroreh (2015) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kedepannya sebaiknya lebih memperhatikan Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Aston Hotel Manado.

3. Temuan Hasil Kualitas Pelayanan

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta seperti memberikan kualitas pelayanan cepat, kosumen akan kembali menggunakan jasa Hotel Borobudur Jakarta.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reza Harjoyudanto Dharmawan dan Tatiana Kristianingsih (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik menjadi salah satu alasan kepuasan konsumen di Hotel Pelangi Malang.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah dilakukan, maka peneliti ini mengambil kesimpulan dari Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen bahwa :

1. Secara parsial diketahui bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya semakin baik harga yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta kepada konsumennya, seperti memberikan promo – promo bulanan, konsumen akan kembali menggunakan jasa Hotel Borobudur Jakarta.
2. Secara parsial diketahui bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya hal tersebut bisa terjadi karena di dukung oleh harga dan kualitas pelayanan yang baik yang di berikan oleh Hotel Borobudur Jakarta, sehingga fasilitas apapun yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Secara parsial diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Borobudur Jakarta seperti memberikan kualitas pelayanan cepat, konsumen akan kembali menggunakan jasa Hotel Borobudur Jakarta.
4. Secara simultan diketahui bahwa Harga, Fasilitas, dan kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen artinya masing – masing variabel saling berkaitan satu sama lain dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga Hotel Borobudur yang terjangkau dengan di tunjang fasilitas dan kualitas pelayanan Hotel Borobudur Jakarta yang baik akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dari itu peneliti merekomendasikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh Hotel Borobudur Jakarta di masa yang akan datang sebagai berikut :

1. Dari segi Harga sebaiknya Hotel Borobudur Jakarta memberikan promosi seperti Harga kamar, Harga member Spa, Harga menu buffet, Harga Meeting room.
2. Dari segi Fasilitas sebaiknya Hotel Borobudur Jakarta memperbaiki semua fasilitas khususnya yang sering mengalami masalah seperti fasilitas – fasilitas di kamar yang sering mengalami kerusakan pada Area restroom, banyaknya parkir paralel. Hendaknya Hotel Borobudur Jakarta memperbaiki fasilitas – fasilitas dengan fasilitas yang tidak mengalami kerusakan kedepannya.
3. Dari segi Kualitas pelayanan sebaiknya Hotel Borobudur Jakarta memberikan Service Excellent terhadap tamu yang berkunjung ke Hotel Borobudur Jakarta, sehingga tamu yang berkunjung merasa di hargai dan di perhatikan .
4. Dari segi Kepuasan Konsumen sebaiknya Hotel Borobudur Jakarta terus menjaga tingkat kepuasan konsumen dengan cara terus memberikan pelayanan yang memuaskan dan memberikan nilai dan manfaat yang melebihi harapan konsumen .

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, tetapi masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Diantaranya masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak berpengaruh terhadap satu variabel menurut pengamatan peneliti.

Karena jumlah responden yang terbatas serta responden kurang teliti terhadap pertanyaan yang ada. Pengambilan jawaban responden yang diambil peneliti dengan menggunakan Google Forms kepada konsumen Hotel Borobudur Jakarta.

Untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama, agar menentukan periode waktu yang digunakan. Jumlah responden dan pernyataan yang sesuai dengan kebutuhan. Sehingga hasil penelitian dapat lebih baik dan dapat lebih akurat terhadap penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Agus, Sulastiyono. 2016. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta
- Ali, Faizan dan Kisang Ryu. 2015. The Roll Of Physical Envirotment, Price Perceptions And Cosmption Emotions In Developing Customer Satisfaction In Chinese Resort Hotel. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, ISSN 1528-008X Vol.17 No.1
- Arianto, Nurmin dan Jefri Muhammad.2018. Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Ilmiah Semarak*, ISSN 2615-6849 Vol.1 No.1
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Canakkale. 2015. The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction : A Research On Hotel Businesses. *Journal Turkey of Hospitality*, Vol.2 No.1
- Dharmawan, Reza Harjoyudanton dan Tatiana Kristianingsih. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Pelangi Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* , ISSN 2407-3741 Vol.4 No. 2
- Effendi, Rahardia Syera Rita dan Achmad Zaini. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada De View Hotel Batu. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* , ISSN 2407- 3741 Vol.4 No.1
- Eshetie, Shimekit Kelkay, Wondoson Seyoum, dan Seid Hussen Ali . 2016. Service Quality And Customers Satisfaction In Hospitality Industry : The Case Of Selected Hotels In Jimma Town, Ethopia. *Global Journals (USA)*, Vol.16 No.5
- Foster, Bob. 2016. The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction In Mutiara Hotel Bandung. *American research Journal of humanities and social sciences*, ISSN 2378-7031 Vol. 16 No.2
- Gulla, Rendy, Sem Geogre Oroh, dan Ferdy Roring. 2015. Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Emba*, ISSN 2303-1174 Vol.3 No.1
- Harun, 2019. The Influence Of Prices, Facilities, And Promotion On Customer Satisfaction At Grand Darmo Suite Hotel Surabaya, *Journal Of World Conference*, ISSN 2656 – 1174 Vol.8 No.3
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip – Prinsip Pemasaran* . Jakarta : Erlangga
- Kumar, Sanjeev dan Deepali Bhatnagar. 2017. Effect Of Food And Service Quality On Customer Satisfaction A Study Of 3 Star Hotels In Punjab Region,. *International journal of sales and marketing management*, ISSN 2249-6939 Vol.7 No.4
- Lupiyoadi, Rambat.2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maryati, Feni dan Nur Elfi Husda. 2020. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, ISSN 2337-7785 Vol.8 No.1
- Melati, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Nugraha Unaaha Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara. *Jurnal ilmu Sosial dan Humaniora*, ISSN 2615-0913 Vol.2 No.1

- Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, ISSN 2303-1174 Vol. 4 No.1
- Pattrick, Oladele Olajid dan Federal. 2019. Influence Of Facilities On Customer Patronage Among Selected Hotels In Southwest, Nigeria. *Academy strategic management Journal*, ISSN 1939-6104 Vol.18 No.1
- Prasetyo, Aryo dan Imroatul Khasanah. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pondok Tinggal Di Kabupaten Magelang. *Diponegoro journal of management*, ISSN 2337-3792 Vol.4 No.3
- Shah, Syed Naseeb Ullah. 2018. Role Of Service Quality And Customer Satisfaction In Firm's Performance : Evidence From Pakistan Hotel Industry. *Pakistan journal of commerce and social sciences*, ISSN 1674-1829 Vol.12 No.1
- Smaradhana, Nurmalita Sekar dan dan Harrie Lutfie. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago. *Jurnal e- Proceeding of applied science*, ISSN 2442-5826 Vol.3 No.2
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suwandi dan Monica. 2015. Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aston Hotel Manado. *Jurnal Emba*, ISSN 2303-1174 Vol.3 No.2
- Tongshinen, Dimfwina N, Murtalam alami dan Ukonu Ijeoma Chiny. 2018. Asseing The Effect Of Quality Service Of Small Hotels On Customers Satisfaction In Bauchi Nigeria. *Jurnal Of humanities and social science*, ISSN 2278-0845 Vol.23 No.1
- Utami, Widhya. 2014. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba empat.
- Vujic, Millan, Snezena Dordevic, dan Marija Lakicevic. 2019. Service Quality And Customer Satisfaction In The Hotel Industry In Serbia. *Journal Of Hotel Management and pariwisata vmjacka Banja Serbia*, ISSN 1059-3719 Vol.7 No.1
- https://en.wikipedia.org/wiki/Hotel_Borobudur
- <http://www.majalahsketsa.com/sketsas-perspective/mengenal-hotel-borobudur-jakarta-lebih-dekat>
- <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-1572737/pengalaman-tidak-menyenangkan-di-hotel-borobudur>
- <https://web.id/2020/05/hotel-borobudur-jakarta.html>