

## PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL LOVINA INN NAGOYA

**Susi Marni<sup>1)</sup>, Reno Okhiyanto<sup>2)</sup>, Tina Arfah<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Ar Rachman

Jl. Gajah Mada No. 15 Tiban Lama-Sekupang Batam

e-mail: ywpbatam@gmail.com<sup>1</sup>, reno.okhiyanto@gmail.com<sup>2</sup>,  
tinaarfah89@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Industri perhotelan merupakan industri yang bergerak di bidang jasa, Dimana menekan pada services untuk bersaing secara kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis terhadap kualitas, dan harga terhadap kepuasan menginap di Hotel Lovina Inn Nagoya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi seluruh pelanggan hotel. Dari populasi tersebut diambil 79 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan penarikan sampel ini yaitu dengan cara aksi *dental sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk pengumpulan data. Penelitian ini menerapkan metode responden untuk mendapatkan hasil dari hipotesis. Penelitian ini diukur dengan *Skala Likert* dengan 5 point yang menjelaskan sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan program statistik SPSS versi 20 untuk membantu mendapatkan hasil penelitian yang disignifikan. Melalui uji F didapatkan nilai sebesar 4,826 dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% didapat nilai F tabel=3,117. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas dan harga secara bersama-sama.

**Kata Kunci :** Kualitas, Harga, Kepuasan Pelanggan

### ABSTRACT

*The hospitality industry is an industry that is engaged in the service. Where pressing the services to compete competitively. This study aims to examine and analyze the quality and price to customer's satisfaction in Hotel Lovina Inn Nagoya. This research is a quantitative study with a population. Of the population is taken 79 respondents sampled in this study. The sampling technique in this study is an non-probability sampling and sampling of this is by the way of accidental sampling. Spreading the questionnaire conducted for data collection. This study applied the method to obtain the results of the respondents hypothesis. This study measured with a 5-point Likert scale with which explains strongly agree to strongly disagree. The research data were processed using SPSS version 20 to help get the results of significant research. Through the F test obtained a value of 4,826 using 95% confidence level obtained value of F table = 3,117, It can be concluded that there is no effect between quality and price together.*

**Keywords:** Quality, Price, Customer's Satisfaction

### PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu, paradigma dalam menjalankan kegiatan bisnis perusahaan juga telah mengalami perkembangan. Di tahun 1970-an dan 1980-an konsep perencanaan strategis perusahaan kurang memperhatikan pada aspek kepentingan pelanggan, perusahaan hanya menekan pada aspek strategis pemasaran. Sampai akhirnya disadari pentingnya konsep yang lebih menekankan pada perusahaan yang berwawasan dan memetingkan pelanggan. Konsep ini menempatkan pelanggan pada posisi yang semakin penting bagi perusahaan, Karena konsumen dapat menjadi kunci bagi kesuksesan perusahaan. Suatu kegiatan bisnis tidak cukup hanya dipacu oleh

produk atau teknologi saja. Banyak perusahaan yang merancang produk tanpa masukan dari pelanggan pada akhirnya produk tersebut ditolak dipasar. Pada kondisi persaingan yang semakin tinggi seperti sekarang ini hanya perusahaan yang berwawasan dan mementingkan pelanggan saja yang akan mampu bertahan dan unggul. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut mampu memberikan nilai yang lebih baik kepada konsumen daripada pesaing mereka.

Bagi suatu perusahaan yang berorientasi pelanggan, perusahaan tersebut akan selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga kinerja perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan sasaran sekaligus kiat pemasaran bagi perusahaan tersebut. Saat ini kepuasan pelanggan menjadi topik yang cukup penting, hal ini bisa dilihat dari penyelenggaraan *Indonesian Customer Satisfaction Award* (ICSA) beberapa tahun terakhir yang memberikan penghargaan kepada perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen mereka. Karena kualitas barang atau pun jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas jasa dapat menjadi salah satu strategis yang penting dalam persaingan. Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua faktor harapan konsumen dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan berupa pemberian pelayanan yang memuaskan. Bila harapan terpenuhi oleh pelayanan perusahaan, maka jasa tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang sudah-sudah mengenai harga diambil kesimpulan bahwa dengan harga yang relatif kecil atau dibawah harga standar yang ditawarkan kepada konsumen, ternyata banyak perusahaan yang mengalami keuntungan dari segi penjualan. Tetapi, semua itu didasarkan pada kualitas produknya. Biasanya, perusahaan yang menjalankan usaha dibidang manufaktur tidak terlalu menfokuskan diri pada kegiatan-kegiatan yang sering melibatkan orang banyak, antara produsen dan konsumen. Tingkat kunjungan konsumen di Hotel Lovinna Inn cenderung naik turun. Hal ini diakibatkan oleh ketatnya persaingan antar hotel di kota Batam.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan dari suatu perusahaan, Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

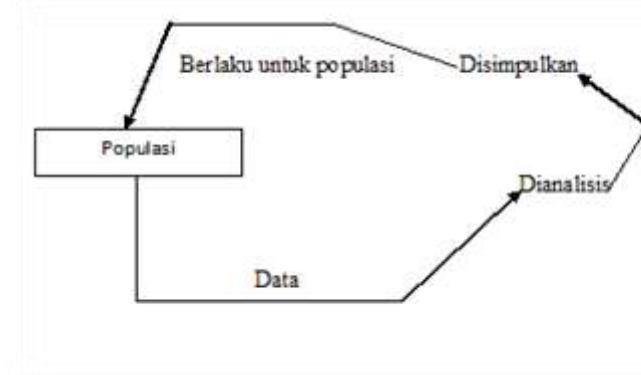
1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Lovina Inn Nagoya
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Lovina Inn Nagoya
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Lovina Inn Nagoya

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2008) menerangkan bahwa "Penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan pengaruh dan hubungan

antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis". Maka penelitian ini merupakan *explanatory research* atau penelitian penjelasan, artinya penelitian ini menekankan pada pengaruh antar variabel dalam penelitian dan menguji hipotesis (*testing research*). Penguraian ini relational fokusnya terletak pada penjelasan pengaruh antar variabel.

Dalam perilaku konsumen pendekatan praktis (2013:309), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di dalam wilayah penelitian, penelitiannya merupakan penelitian populasi, atau studi populasi atau studi sensus. Jika dilihat dari jumlahnya, populasi bisa terhingga (terdiri atas elemen dengan jumlah tertentu), dan tak hingga (terdiri atas elemen yang sukar sekali dicari batasannya).



Gambar 3.1 Bagan Penelitian Populasi  
(Sumber: Cooper, 2007)

Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu atau pengunjung yang menginap pada Hotel Lovina Inn Nagoya Batam yang menggunakan jasa pelayanan, penulis akan mengambil populasinya adalah para konsumen yang telah menginap di Hotel Lovina Inn Nagoya Kota Batam.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penetuan pengambilan jumlah responden (sampel kebetulan), yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Pengambilan data dilakukan pada saat konsumen menginap di Hotel Lovina Inn Nagoya Batam. Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah sebanyak 79 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Untuk menguji validitas, dilakukan uji korelasi pada indikator-indikator yang akan digunakan dalam penelitian. Proses penelitiannya dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing indikator tersebut terhadap jumlah indikator yang bersangkutan. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dinyatakan valid. Dari hasil perhitungan uji validitas dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terhadap responden bisa dipakai karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (dengan derajat kebebasan  $n-2$ ).

### Uji Validitas Variabel Kualitas.

Dari tabel r dengan  $df = n - 2 = 77$  pada tingkat signifikansi 5% diperoleh angka sebesar 0,2213. Sedangkan dari  $r_{hitung}$  semua melebih  $r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa

butir-butir pertanyaan pada variabel kualitas dinyatakan valid. Seperti terlihat pada table.1

Tabel. 1  
Tabel Uji Validitas Kualitas

No Item	Korelasi (r)	r tabel	Keterangan
Q1	0,608	0,2213	valid
Q2	0,505	0,2213	valid
Q3	0,676	0,2213	valid
Q4	0,636	0,2213	valid
Q5	0,782	0,2213	valid
Q6	0,765	0,2213	valid
Q7	0,520	0,2213	valid

Sumber: tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20

### Uji Validitas Variabel Harga

Dari tabel r dengan  $df = n - 2 = 77$  pada tingkat signifikansi 5% diperoleh angka sebesar 0,2213. Sedangkan dari  $r_{hitung}$  semua melebih  $r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel harga dinyatakan valid. Seperti terlihat pada table.2

Tabel. 2  
Tabel Uji Validitas Variabel Harga

No Item	Korelasi (r)	r tabel	Keterangan
Q8	0,772	0,2213	valid
Q9	0,526	0,2213	valid
Q10	0,554	0,2213	valid
Q11	0,782	0,2213	valid
Q12	0,612	0,2213	valid

Sumber: tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20

### Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari tabel r dengan  $df = n - 2 = 77$  pada tingkat signifikansi 5% diperoleh angka sebesar 0,2213. Sedangkan dari  $r_{hitung}$  semua melebih  $r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Seperti terlihat pada table. 3

Tabel. 3  
Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No Item	Korelasi (r)	r tabel	Keterangan
Q13	0,293	0,2213	Valid
Q14	0,832	0,2213	Valid
Q15	0,763	0,2213	Valid

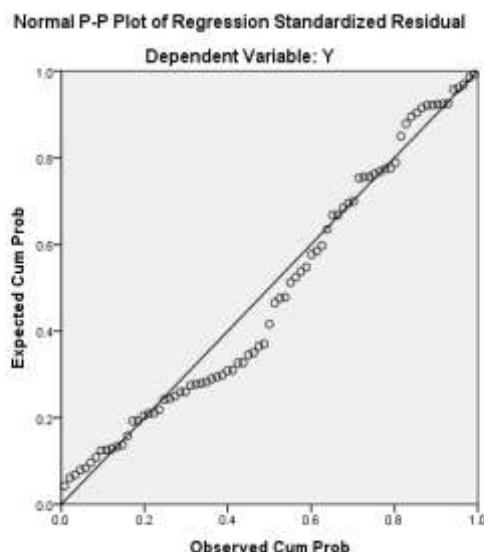
Q16	0,834	0,2213	Valid
Q17	0,559	0,2213	Valid

Sumber: tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang dikumpulkan adalah laporan keuangan tahunan yang didalamnya terdapat pembahasan mengenai laporan, audit, neraca, laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan dengan rentang waktu 2017-2019 dari perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut data sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi yang ada.

### Uji Normalitas

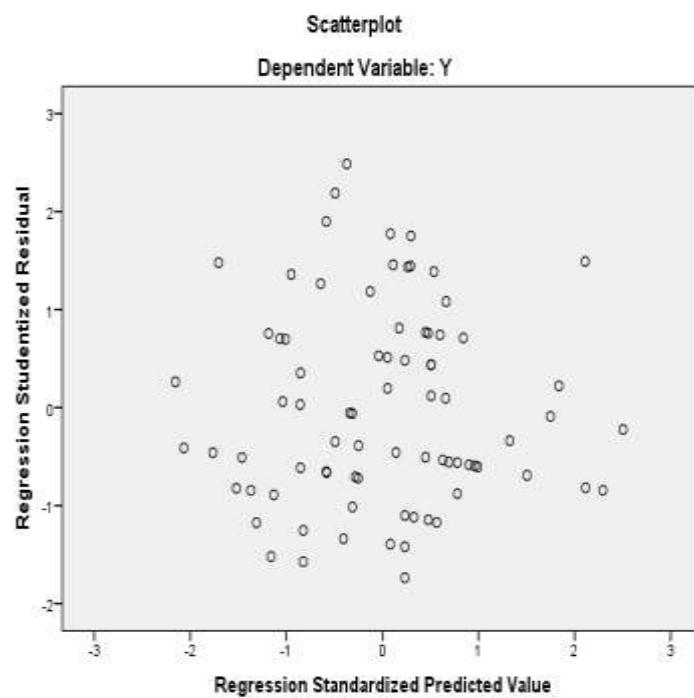
Uji normalitas digunakan untuk mengatahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji dengan menggunakan *P-P plot*. Dari gambar. 2 dengan menggunakan *P-P plot* menunjukkan bahwa distribusi dari data berada disekitar garis linier, sehingga tidak ada masalah dengan kenormalan datanya.



Gambar. 2 Uji *P-P Plot*

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas terjadi dalam regresi apabila varian *error* (*ei*) tidak konstan untuk beberapa nilai *X*. Pendekatan konstan tidaknya varian *error* dapat dilakukan dengan menggambar grafik antara titik *y* dengan residu. Apabila garis yang membatasi sebaran titik-titik relative paralel, maka varian *error* dikatakan konstan.



Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Sumber: tabel hasil pengolahan dengan SPSS Versi 20

### Uji Heterokedastisitas

Pada tabel 4.14 pada kolom VIF didapatkan hasil untuk masing-masing variabel kualitas dan harga mempunyai nilai VIF berturut-turut sebagai berikut: 1,005; 1,005. Karena nilai dibawah 5, maka pada regresi tidak diketemukan adanya masalah multikolinearitas.

Tabel 4  
*Value Inflation Factor*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.221	2.239			
X1	.080	.087	.103	.995	1.005
X2	.144	.119	.137	.995	1.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: tabel hasil pengolahan dengan SPSS Versi 20

Dari output *scatterplot* yang ditunjukkan pada tabel 4 diatas, tampak bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak diketemukan adanya heterokedastisitas.

## Uji F

Tabel. 5  
Tabel Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	10.844	4.826	.001 <sup>b</sup>
	Residual	76	10.110		
	Total	78			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Kriteria pengujian:

Ho diterima bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Pada tabel. 5 diatas didapatkan nilai F sebesar 4.826. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% didapat nilai F tabel = 3,117. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara harga dan kualitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama.

## Uji T

Uji t ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil uji simultan bahwa H0 diterima, maka uji t tidak perlu dilakukan.

Tabel 6 Hasil Uji T (Secara Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	9.221	2.239	,614	,544
	X1	.080	.087	2,819	,009
	X2	.144	.119	2,684	,012

a. Dependent Variable: Variable Y

Tabel. 6 menunjukkan bahwa nilai signifikan dari kedua variabel yaitu Kualitas = 0,009 dan Harga = 0.012 lebih kecil dari 0,05 dan dilihat dari hasil t hitung maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas dan harga lebih besar dari pada t tabel yaitu 1.6648. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa variabel kualitas dan harga mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi *Adjusted (R<sup>2</sup>)* dari persamaan regresi disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel. 7  
Uji Determinasi  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.166 <sup>a</sup>	.027	.002		3.180

a. Predictors: (Constant), X2, X1

*Sumber: Tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20*

Hasil analisis determinasi R<sup>2</sup> didapatkan hasil 0,027 atau 27%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 27%. Sedangkan sisanya 73% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Analisis Regresi Linear

Berikut ini adalah persamaan regresi dan hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 9,221 - (0,080) + (0,144)$$

Persamaan diatas didapatkan dari uji Regresi Linear berganda dengan menggunakan SPSS ver 20 seperti terlihat pada table. 8 dibawah ini:

Tabel. 8  
Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant) 9,221	2,239		,614	,544
	X1 .080	.087	.103	2,819	,009
	X2 .144	.119	.137	2,684	,012

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: tabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20*

Persamaan regresi diatas bisa dijelaskan sebagai berikut:

**Konstanta sebesar 9,221:** artinya jika kualitas (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) nilainya adalah 0 (nol), maka Y (kepuasan pelanggan) akan bernilai 9,221.

**Koefisien regresi variabel kualitas (X<sub>1</sub>) sebesar 0,080:** artinya jika kualitas mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,080. Dengan asumsi variabel independen yang lainnya nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas dengan

kepuasan pelanggan, semakin naik nilai kualitas, maka semakin turun kepuasan pelanggan.

**Koefisien regresi variabel harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,144:** artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,144. Dengan asumsi variabel independen yang lainnya nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara harga dengan kepuasan pelanggan, semakin naik nilai harganya, maka semakin naik pula kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang dilakukan terhadap seluruh data responden yang diperoleh dari konsumen yang menginap di Hotel Lovina Inn Nagoya Kota Batam, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, Variabel kualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel kualitas 2.819 lebih besar dari t table sebesar 1.6648
2. Pada penelitian ini, Variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel harga 2.684 lebih besar dari t table sebesar 1.6648
3. Pada penelitian Uji F menyatakan secara bersama-sama kualitas (X<sub>1</sub>) & harga (X<sub>2</sub>) dengan nilai signifikan Uji F sebesar 4,826. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% didapat nilai F tabel = 3,117, Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kualitas dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kesehatan kepada peneliti, tidak lupa juga terima kasih penulis ucapakan kepada manajemen hotel sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini. Selanjutnya permohonan maaf disampaikan jika terdapat kekurangan dalam penelitian ini dan semoga berguna bagi siapa saja yang membacanya.

## DAFTAR PUSTAKA

Arlina Nurbaiti Lubis dan Martin. *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan menginap di hotel*, Universitas Sumatera Utara, Januari 2009: 21-24

Agnes, Putri. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen*. Universitas Padjajaran.

Budi Winarto, Mariana Astuti dan Suresh Kumar (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, Faktor Emosional, dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Hotel Bintang 4 di Bekasi*. Jurnal jurusan administrasi Bank, Universitas President.

Ellitan, Lenna. 2001. *Strategi mendongkrak Kualitas pelayanan*. *Jurnal ekonomi kajian Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, No.15. Januari-Maret, Hal 14-2.

Kotler dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Teguh*. Jakarta: Prehalindo

Kurniawan, Albert. 2011. *SPSS Serba-Serbi Analisis Statistika Dengan Cepat dan Mudah*. Jakarta: Jasakom.

Prayitno, Dwi. 2010. *Buku Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Medi@Kom.

Siagian, Dergibson & Sugiarto. 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, 2012, *Pemasaran Strategik*. Andi, Yogyakarta

Tjiptono dan Chandra. (2005). Service Quality and Satisfaction. Edisi 2, Andi Yogyakarta

Zulian Yamit. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia, Jakarta