

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Suzuya Rantauprapat

Cakra F Darza^{1*}, Sri Ayla², Nurhanna Harahap, Junaidi Mustapa Harahap⁴ Shopiah Anggraini Rambe⁵

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Al-Wasliyah Labuhanbatu, Rantauprapat, Indonesia

Email: cakrafdarzaaa03@gmail.com, aylasirega92@gmail.com, nurhanna050@gmail.com
mustapajunaidi@gmail.com, Anggrainishopiah@gmail.com.

Email Penulis Korespondensi: cakrafdarzaaa03@gmail.com

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Suzuya RantauPrapat. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang ingin menginap di Hotel Suzuya Rantauprapat dalam kurun waktu 1 bulan sebanyak 817 pengunjung pada bulan februari. sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini 89 orang. Metode pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan Teknik analisa data yaitu uji instrument, regresi linier berganda dan analisis Uji Asumsi Klasik. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu terdapat 2 soal yang tidak valid. Koefisien regresi linier berganda yang didapatkan yaitu $Y = 2,704 + 0,25X_1 + 0,736X_2 + e$. Data berdistribusi normal dengan nilai nilai signifikansinya yaitu $0,684 > 0,05$. Hipotesis yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu harga (X_1) dengan nilai sig. berpengaruh terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu $T_{hitung} > T_{table}$ dengan nilai $4.439 > 1,99$ dan kualitas pelayanan (X_2) dengan nilai sig. berpengaruh terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu $T_{hitung} > T_{table}$ dengan nilai $14.569 > 1,99$, dengan $T_{hitung} > T_{table}$ yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima maka pada harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract-This research aims to examine the influence of price and service quality on customer satisfaction at Hotel Suzuya Rantau Prapat. The population in this study consists of all visitors who wish to stay at Hotel Suzuya Rantau Prapat within a one-month period, totaling 817 visitors in February. The sample selected as respondents for this research includes 89 individuals. The data measurement method employed in this study utilizes the Likert scale. This research is descriptive in nature, with data analysis techniques encompassing instrument testing, multiple linear regression, and analysis of the Classical Assumption Tests. The findings of the study reveal that there are two invalid questions. The multiple linear regression coefficient obtained is $Y = 2.704 + 0.25X_1 + 0.736X_2 + e$. The data exhibits a normal distribution, with a significance value of 0.684, which is greater than 0.05. The hypotheses derived from this study indicate that price (X_1) with a significance value has an influence on customer satisfaction (Y), with a T-value $> T$ -table, which is $4.439 > 1.99$, and service quality (X_2) with a significance value has an influence on customer satisfaction (Y), with a T-value $> T$ -table, which is $14.569 > 1.99$. Therefore, based on the T-value being greater than the T-table, the null hypothesis (H_0) is rejected, and the alternative hypothesis (H_1) is accepted, signifying that both price and service quality have an impact on customer satisfaction

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu dan teknologi menuntut negara Indonesia untuk berkembang menjadi negara yang Inovatif dari berbagai bidang. Perkembangan negara Indonesia dari berbagai aspek menuntut untuk Indonesia agar bisa lebih mandiri, baik dari sumber energi ataupun sumber daya manusianya sendiri. Masing-masing daerah di Indonesia diberikan kesempatan untuk membuktikan ini, salah satunya dibuktikan dengan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi ini sudah dibuktikan dengan mengalami peningkatan yaitu dapat dilihat pada pengguna layanan dan Jasa atau bahkan produksi yang dihasilkan mulai banyak perkembangan, akan tetapi

sewaktu pandemi masuk ke Indonesia ternyata memberikan dampak yang kurang baik terhadap perkembangan Ekonomi di Indonesia, hal tersebut dapat dilihat pada penurunan daya beli dan jasa pada masyarakat. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar 2,07 persen. Ini mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami deflasi atau penurunan drastis, salah satu akibatnya karena pandemi 19.

Penurunan ini pasca pandemi mulai diperbaiki dengan berbagai usaha yang dilakukan. Ini terbukti dengan meningkatnya intensitas belanja masyarakat. Tidak hanya aktivitas masyarakat yang membaik, dari sektor industri pun mengalami pertumbuhan yang baik, meskipun belum semua sektor industri pulih sepenuhnya. Salah satu sektor industri yang belum pulih sepenuhnya adalah industri perhotelan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Agustiyan Fauzi yang merupakan salah satu Fo Officer di Hotel Suzuya pada tanggal 19 Februari 2023 dapat diketahui bahwa pada saat pandemi akuntansi Hotel turun drastis dan setelah pandemi akuntansi hotel mulai normal kembali. Contohnya pada tahun 2020 pelanggan yang terhitung selama 1 tahun sekitar 130 pengunjung. Penurunan pengunjung saat pandemi membuat Hotel Suzuya berpikir untuk mengembalikan keadaan pengunjung secara normal dan juga karena banyaknya hotel yang terdapat di Rantauprapat membuat Hotel Suzuya juga bersaing dengan hotel-hotel yang terdapat disekitar Rantauprapat, baik dari seputar pelayanan, harga dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki Hotel Suzuya

Banyaknya berkembang Industri perhotelan di Rantauprapat juga membuat investor berfikir keras dalam menarik pelanggan untuk dapat singgah dan menikmati jasa yang disediakan oleh masing-masing hotel yang tersedia di Rantauprapat. Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Suzuya Rantauprapat”

HARGA

Menurut Lupiyoadi (2013:95), harga merupakan alat pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli. Menurut Soryani (2008) harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, oleh karena itu harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Harga juga menjadi penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk. Dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Koetler dan Armstrong (2012:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Assauri (2014:223), harga yaitu merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.

KUALITAS PELAYANAN

Menurut Mutiawati et al., (2019:7) menyatakan kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa. Kualitas pelayanan merupakan pedoman dasar pemasaran jasa, karena ini produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Menurut Fandy Tjiptono kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan

Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen

KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Inten Suryati & Jatris (2015) kepuasan pelanggan adalah sikap keseluruhan yang diperlihatkan oleh pelanggan terhadap suatu produk setelah menggunakan atau mengonsumsi produk. Menurut Danang Sunyoto (2015:140), kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja di suatu tempat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Gambaran Perusahaan

“SUZUYA” Berasal dari Bahasa Jepang yang artinya “kayu gemerincing” pertama berdirinya pada tahun 1983 dengan kios kecil 77.5 m² dengan nama “SUZUYA Boutique” seiring waktu, luas yang 77.5 m² berkembang menjadi 180.5 m² dengan nama “SUZUYA Fashion” pada tahun 1986 toko tersebut terbakar habis, pada tahun 1988 dibuka kembali dengan luas 900 m² dengan

nama “SUZUYA Department store” pada tahun 2007 terus berkembang menjadi “SUZUYA Group” dengan lahan lebih luas. SUZUYA memiliki 9 Unit Bisnis yang Saling bersinegri, yaitu: Dapartment Store, Supermarket, SuperStore, Fashion Outlet (Romp), Furniture Plaza, Hotel, dan Restaurant. Outlet SUZUYA saat ini sudah berjumlah 26 buah dan tersebar di 11 kota yaitu: Medan, Tanjung Morawa, Marelan, Binjai, Pematang Siantar, Rantau Prapat, Bagan batu, Pekan Baru, Lhokseumawe dan Banda Aceh. SUZUYA secara konsisten akan terus melakukan ekspansi bisnisnya seiring dengan visi perusahaan. Saat ini SUZUYA Group sudah menjadi pemimpin ritel Lokal di Pulau Sumatera, dengan memiliki: 9 Unit Bisnis, 26 Outlet di 11 kota, 3.000 lebih karyawan, 20.000 m2 lebih lahan ritel. Berdasarkan table 4.1 pada soal kepuasan pelanggan (Y) terdapat data yang valid sebanyak 10 soal dari 10. harga (X1) terdapat data yang valid sebanyak 7 soal dari 8. kualitas pelayanan (X2) terdapat data yang valid sebanyak 9 soal dari 10.

a) Uji Reliabilitas**Tabel 1. Data Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Kepuasan pelanggan (Y)	0,772	Reliabel
Harga (X1)	0,718	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,753	Reliabel

Berdasarkan table 1. diketahui pada variabel memiliki data yang reliabel, dengan nilai yang didapatkan kepuasan pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,772; harga (X1) yaitu sebesar 0,718 dan kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar 0,753. Dengan taraf signifikan 60% atau jika nilai yang didapat lebih dari 0,6 maka data tersebut dikatakan Reliabel.

2.2 Deskripsi Data Responden

Identifikasi responden merupakan syarat utama untuk menentukan karakteristik maupun latar belakang responden dalam penelitian ini hasil karakteristik responden maka diperoleh data-data sebagai berikut:

a. Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	48	54
Perempuan	41	46
TOTAL	89	100

Berdasarkan Tabel 2. didapatkan persentase sesuai dengan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 48 orang sebesar 54% dan jenis kelamin perempuan dengan jumlah 41 orang sebesar 46%.

b. Identifikasi reponden berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 3. berikut:

Tabel 3. Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17 – 23 Tahun	11	12
24 – 33 Tahun	24	27
34 – 45 Tahun	42	47

> 45 Tahun	12	13
TOTAL	89	100

Berdasarkan tabel 3. diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia responden 17 – 23 tahun sebanyak 11 orang 12%; responden 24 – 33 tahun Sebanyak 24 orang 27%, responden 34 – 45 tahun Sebanyak 42 orang 47%, dan usia lebih dari 45 tahun sebanyak 12 orang 13%.

c. Identifikasi reponden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4. Pekerjaan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Pejabat Pemerintah	16	18
Guru	13	15
Pengusaha	20	22
Wirausaha	32	36
Lainnya	8	9
TOTAL	89	100

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa responden dengan Pekerjaan Pejabat Pemerintah sebanyak 16 orang 18%, responden dengan Pekerjaan Guru sebanyak 13 orang 15%, dengan pekerjaan Pengusaha sebanyak 20 orang 22%, pekerjaan Wirausaha sebanyak 32 orang 36%, dan lainnya sebanyak 8 orang 9%

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi statistik tanggapan responden setiap masing-masing variabel penelitian yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner (angket) terhadap hotel suzuya rantuprapat yang berjumlah 89 responden. Pada penelitian ini angket yang dipakai untuk mengukur dengan menggunakan skala likert untuk mengetahui tentang variabel harga (X1) yang terdiri dari 7 pertanyaan, variabel kualitas pelayanan (X2) yang terdiri dari 9 pertanyaan, variabel kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari 10 pertanyaan, perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS for windows versi 29.

Berikut tabel penjelasan tingkat persentase nilai angket yang diperoleh dari setiap masing-masing jawaban responden:

a. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X1)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel harga (X1) di Hotel Suzuya Rantauprapat pada pelanggan yang berkunjung dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 5. Frekuensi variabel Harga (X1)

p	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		RATA-RATA
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X1.1	0	0	0	0	37	41,57	47	52,81	5	5,62	89	100	3,64
X1.3	0	0	0	0	36	40,45	49	55,06	4	4,49	89	100	3,64
X1.4	0	0	0	0	36	40,45	49	55,06	4	4,49	89	100	3,64
X1.5	0	0	16	17,98	46	51,69	25	28,09	2	2,25	89	100	3,15
X1.6	0	0	44	49,44	40	44,94	5	5,62	0	0	89	100	2,56
X1.7	0	0	44	49,44	40	44,94	5	5,62	0	0	89	100	2,56
X1.8	0	0	0	0	25	28,09	63	70,79	1	1,12	89	100	3,73

Berdasarkan Tabel 5. dapat diketahui bahwa untuk variabel Harga (X1) memiliki frekuensi pada STS tidak ada reponsen yang menjawab maka nilai yang dimiliki 0; pada TS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X1.6 dan X1.7 dengan persentase 49,44%; pada N responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X1.5 dengan persentase 51,69%; pada S responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X1.8 dengan persentase 70,79%; serta pada SS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X1.1 dengan persentase 5,62%.

b. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel kualitas pelayanan

Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X2) di Hotel Suzuya Rantaupratap pada pelanggan yang berkunjung dapat dilihat pada Tabel 6. berikut:

Tabel 6. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

p	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		RATA-RATA
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X2.1	0	0	0	0	27	30,34	59	66,29	3	3,37	89	100	3,73
X2.2	0	0	0	0	27	30,34	61	68,54	1	1,12	89	100	3,71
X2.3	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73
X2.4	0	0	0	0	36	40,45	49	55,06	4	4,49	89	100	3,64
X2.6	0	0	44	49,44	40	44,94	5	5,62	0	0	89	100	2,56
X2.7	0	0	42	47,19	42	47,19	5	5,62	0	0	89	100	2,58
X2.8	0	0	2	2,25	22	24,72	63	70,79	2	2,25	89	100	3,73
X2.9	0	0	0	0	27	30,34	59	66,29	3	3,37	89	100	3,73
X2.10	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa untuk variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki frekuensi pada STS tidak ada responden yang menjawab maka nilai yang dimiliki 0; pada TS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X2.5 dengan persentase 49,44%; pada N responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X2.7 dengan persentase 47,19%; pada S responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor X2.8 dengan persentase 70,79%; serta pada SS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada nomor X2.4 dengan persentase 4,49%.

c. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel kepuasan pelanggan

Distribusi jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan di hotel suzuya rantaupratap pada pelanggan yang berkunjung dapat dilihat pada Tabel 7. berikut:

Tabel 7. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

p	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		RATA-RATA
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y1	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73
Y2	0	0	0	0	36	40,45	49	55,06	4	4,49	89	100	3,64
Y3	0	0	0	0	36	40,45	49	55,06	4	4,49	89	100	3,64
Y4	0	0	42	47,19	44	49,44	3	3,37	0	0	89	100	2,56
Y5	0	0	0	0	25	28,09	63	70,79	1	1,12	89	100	3,73
Y6	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73
Y7	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73
Y8	0	0	44	49,44	40	44,94	5	5,62	0	0	89	100	2,56
Y9	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73
Y10	0	0	0	0	26	29,21	61	68,54	2	2,25	89	100	3,73

Berdasarkan Tabel 7. dapat diketahui bahwa untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki frekuensi pada STS tidak ada responden yang menjawab maka nilai yang dimiliki 0; pada TS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor Y8 dengan persentase 44%; pada N responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor Y4 dengan persentase 49,44; pada S responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor Y5 dengan persentase 70,79%; serta pada SS responden yang menjawab paling banyak terdapat pada soal nomor Y2 dan Y3 dengan persentase 4,49%

3.1 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedasitas)

a. Uji Normalitas

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.063
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.716
Asymp. Sig. (2-tailed)		.684
Exact Sig. (2-tailed)		.656
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. User-Specified		



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil yang didapat bahwa data berdistribusi normal, hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya yaitu $0,684 > 0,05$ maka variabel tersebut berdistribusi normal.

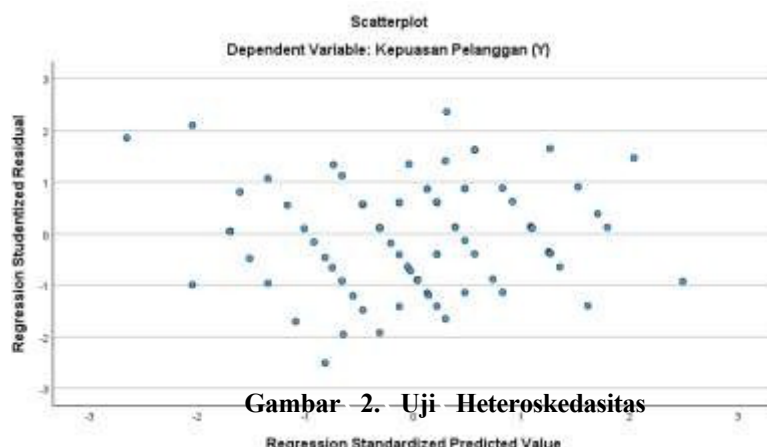
b. Uji Multikolinieritas**Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga $\times$ (X1)	.459	2.177
	Kualitas $\times$ Pelayanan $\times$ (X2)	.459	2.177

Berdasarkan Tabel 9. didapatkan hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel harga nilai tolerance lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,459 dan nilai VIF di bawah 10 besar 2,177, sehingga variabel kualitas pelayanan bebas dari gejala multikolinieritas.
2. Pada variabel kualitas pelayanan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,459 dan nilai VIF di bawah 10 besar 2,177, sehingga variabel kualitas pelayanan bebas dari gejala multikolinieritas.

Jadi dapat diketahui bahwa tidak terdapat multikolinieritas anatar variabel bebas dengan variabel terikat dan memiliki arti bahwa dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedasitas**Gambar 2. Uji Heteroskedasitas**

Berdasarkan gambar 2. dapat diketahui bahwa titik-titik yang terdapat pada gambar grafik tidak membentuk pol-pola tertentu, serta titik-titik terdapat di atas dan di bawah serta tersebar di angka 0, sehingga dapat diketahui bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedasitas. Atau dapat diartikan bahwa regresi telah memenuhi asumsi Heteroskedasitas.

2.5 Hasil Analisis Regresi (Uji T, Uji F dan Koefisien Determinan)**Analisis regresi linier berganda**

Tabel 10. Hasil regresi linier berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	2.704	1.209		2.236	.028			
	Harga (X1)	.257	.058	.232	4.439	<,001	.459	2.177
	Kualitas Pelayanan (X2)	.736	.051	.761	14.569	<,001	.459	2.177
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)								

Berdasarkan Tabel 10. didapatkan hasil sebagai berikut:

- Konstan (a) = 2,704 artinya jika variabel bebas harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan nilainya 0, maka minat pelanggan pada hotel suzuya nilainya 2,704 satuan.
- Koefisien regresi X_1 (b_1) = 0,257 artinya jika faktor harga meningkat sebesar satu-satuan maka minat pelanggan pada hotel suzuya akan bertambah 0,257 satuan.
- Koefisien regresi X_2 (b_2) = 0,736 artinya jika faktor kualitas pelayanan meningkat sebesar satu-satuan maka minat pelanggan pada hotel suzuya akan bertambah 0,736 satuan.

Jadi dari data yang di dapat pada tabel 10. dapat dihitung nilai regresi linier bergandanya yaitu pada bagian b didapatkan nilai b_1 merupakan harga dengan nilai sebesar 0,25; nilai b_2 merupakan kualitas pelayanan dengan nilai

sebesar 0,736; nilai a (konstan) dengan nilai sebesar 2,704 maka diperoleh nilai regresi linier berganda yaitu: $Y = 2,704 + 0,25X_1 + 0,736X_2 + e$

1. Uji T

Tabel 11. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	2.704	1.209		2.236	.028			
	Harga (X1)	.257	.058	.232	4.439	<,001	.459	2.177
	Kualitas Pelayanan (X2)	.736	.051	.761	14.569	<,001	.459	2.177
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)								

Berdasarkan Tabel 11. yaitu didapatkan dengan $df = 86$ maka nilai $T_{table} = 1,99$ diketahui bahwa:

- Variable harga (X_1) dengan nilai sig. berpengaruh terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu $T_{hitung} > T_{table}$ dengan nilai $4.439 > 1,99$, sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Variable kualitas pelayanan (X_2) dengan nilai sig. berpengaruh terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) yaitu $T_{hitung} > T_{table}$ dengan nilai $14.569 > 1,99$, sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712.850	2	356.425	356.038	<,001 ^b
	Residual	86.094	86	1.001		
	Total	798.944	88			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)						

Berdasarkan Tabel 12 yaitu didapatkan dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 86$ maka nilai $F_{table} = 3,103$. Dari hasil yang didapatkan bahwa $F_{hitung} > F_{table}$ yaitu dengan besaran nilai $356.038 > 3,103$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Terdapatnya pengaruh positif pada harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4 Koefisien Determinan

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.892	.890	1.00054
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)				

Berdasarkan Tabel 13. didapatkan hasil koefisien determinan sebesar 0,892 atau 89,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 89,2% memiliki kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan. Sedangkan 10,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya

4. KESIMPULAN

- Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:
- Harga terhadap kepuasan Pelanggan Hotel Suzuya Rantauprapat berpengaruh positif dengan nilai yang didapatkan sebesar $4.439 > 1,99$, sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Suzuya Rantauprapat berpengaruh positif dengan nilai yang didapatkan sebesar $14.569 > 1,99$, sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Suzuya RantauPrapat terdapat pengaruh yang signifikan yaitu antara harga dan kualitas saling keterkaitan sehingga menghasilkan nilai yang mana $T_{hitung} > T_{table}$. Dari yang diketahui jika $T_{hitung} > T_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan terdapatnya pengaruh dari harga dan kualitas yang disajikan dalam menarik dan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan di Hotel Suzuya Rantauprapat.

REFERENCES

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cut, Mutiawati.et.Al. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Danang, Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Inten Surya Utami, I., dan Jatra, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Kotler, Philip dan Gary M. Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Soryani. (2008). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: GrahaIlmu