

ANALISIS PENGARUH HARGA, SERQUAL DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Hotel Bangka Citr Pangkalpinang)

ARIS MUNANDAR
ZAMHARI
NELLY ASTUTI

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- This is an undergraduate thesis that has been compiled by Aris Munandar with the student identification number: 230130075, was entitled in the Indonesian language "Analysis of Price Influence, Servqual and Location Against Consumer Satisfaction at Bangka City Hotel Pangkalpinang. The purpose of this study is to examine the influence of Price, Servqual, and Location on Consumer Satisfaction at Bangka City Hotel Pangkalpinang. This research method uses Random sampling method. Research respondents are the Hotel Consumers of 95 95 people. Variables used are Price, Servqual and Location of independent variables and Consumer Satisfaction as independent variables developed according to its own indicators. This study uses Quantitative analysis of primary data direct research results in the field.

The results showed that: First, there is a significant influence of Price variables on Consumer Satisfaction. From the calculation results obtained value $t_{(count)}$ As big as 319 while $t_{(table)}$ with degrees free 93 on α (0.05) equal to 1.98580. Thus, $t_{(count)} (319) > t_{(table)} (1.98580)$, so it is clear H_0 is rejected and H_1 received or from the calculation and processing data obtained value of sign equal to, 751. Second, there is a significant influence of Quality of Service variable on Consumer Satisfaction in Hotel Bangka City Pangkalpinang. From the calculation results, obtained value $t_{(count)}$ of 3.446 while $t_{(table)}$ with degrees free 93 on α (0.05) of 1.98580. Thus $t_{(count)} (3.446) > t_{(table)} (1.98580)$ so it is clear H_0 is rejected and H_1 received or from result calculation and data processing obtained sign value equal to, 000. Third, there is significant influence of Location variable on Consumer Satisfaction at Hotel Bangka City Pangkalpinang. From the calculation results obtained value $t_{(count)}$ of 3.167 while $t_{(table)}$ with degrees free 93 on α (0.05) of 1.98580. Thus, $t_{(count)} (3.167) > t_{(table)} (1.98580)$ so it is clear that H_0 is rejected and H_1 received or from the calculation result and data processing obtained by the sign value of 002. Fourth, there is significant influence of Price variable, Service Quality and Location together to Consumer Satisfaction at Hotel Bangka City Pangkalpinang. This is evidenced by the value $F_{(count)}$ of 1050866. While the critical value of $F_{(table)}$ with degrees of free numerator 3 and denominator 98 on α (0.05) of 2.70. Thus $F_{(count)} (1050866) > F_{(table)} (2.70)$, so it is clear H_0 is rejected and accepted as well if using compare the sign value of 0,000. Based on the result of the research, the researcher conclude that Consumer Satisfaction at Bangka City Pangkalpinang Hotel can be improved through Price, Service Quality and Location.

Keywords: Price, Servqual, and Location.

PENDAHULUAN

Hotel adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penginapan dan menyediakan fasilitas-fasilitas lainnya dalam hotel bagi orang-orang yang

menggunakan jasa dan pihak hotel mendapatkan imbalan sebagai ganti rugi dari jasa tersebut salah satunya Hotel Bangka City. Pendapat Operasional Manager (Sumiyati:2018) Hotel Bangka City tidak hanya menyediakan fasilitas kamar untuk tidur beserta kamar mandi dan fasilitas pelayanan seperti penyediaan makanan dan minuman tetapi juga menyediakan menyewakan ruangan yang di gunakan untuk pesta pernikahan, seminar ataupun pesta-pesta yang di selenggarakan oleh pihak hotel, hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Definisi harga menurut Kloter dan Amstrong (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan peroduk atau jasa tersebut.

Perkembangan kualitas pelayanan sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan dan kemajuan teknologi terhadap perekonomian dan sejarah masyarakat. Kemajuan teknologi telah memberikan inovasi dan pengembangan yang terus menerus.pada saat yang sama pemasaran sekarang di hadapkan pada kondisi masyarakat yang semakin makmur, sehingga menurut pada tawaran-tawaran yang lebih berkualitas. Para pelaku bisnis dipaksa terus meningkatkan pelayanan. Jika tidak konsumen akan kabur ke pesaing lain.

Lokasi tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh peroduk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah sistem pemasaran. Swasta (2000) Keberhasilan suatu pemasaran perusahaan sangat ditentukan oleh konsumen. Perusahaan yang mampu memahami konsumen sehingga mampu mengendalikan konsumen merupakan awal kesuksesan bagi masa depan perusahaan.

Pengusaha terhadap konsumen baik secara fisik maupun mental menjadi salah satu kunci bagi perkembangan perusahaan dalam jangka panjang. Konsumen merupakan sebuah pijakan yang menentukan dasar dalam menentukan

langkah pemikiran pengembangan perusahaan senantiasa melihat konsumen sebagai fokus pengambilan kebijakan manajemen perusahaan. Hidup dan mati perusahaan ditentukan oleh tindakan konsumen terhadap produk yang di hasilkan suatu perusahaan. Jika konsumen loyal dan setia terhadap produk yang ditawarkan maka perusahaan akan dapat bertahan. Sebaliknya, jika konsumen lari atau meninggalkan produk yang ditawarkan perusahaan akan mengalami ancaman dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan kata lain perkembangan suatu perusahaan ditentukan oleh respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan hal tersebut juga diperlukan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Adapun tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dari harga terhadap konsumen di Hotel Bangka City.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Servqual* terhadap konsumen di Hotel Bangka City.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bangka City.
4. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh lokasi dan pengaruh *Servqual* terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bangka

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Manajemen

Pengertian manajemen adalah proses pengordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaah sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain (Robbis dan Coulter 2007).

Pengertian manajemen yang dijelaskan Robbins memfokuskan pada kata efisien dapat diartikan sebagai mendapatkan output terbesar dengan input yang sangat kecil, sementara efektivitas dapat diartikan pada penyelesaian kegiatan-kegiatan sehingga sasaran organisasi dapat tercapai yang digambarkan sebagai melakukan segala sesuatu dengan benar.

Menurut Mary Pakar Follet yang dikutip oleh Handoko (2008), manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan.

Lewis dkk. (2004), mendefinisikan manajemen sebagai *“the process of administering and coordinating resources effectively and efficiently in an effort to achieve the goals of the organization”*. Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa manajemen merupakan proses mengelola dan mengkoordinasi sumber daya secara efektif dan efisien sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Ismail Solihin (2009) manajemen dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Dari beberapa pengertian manajemen diatas, penulis merangkum pengertian dari manajemen adalah seni dalam mencapai tujuan organisasi dengan cara pengordinasian sumber daya dari mulai perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan sehingga dapat terselesaikan secara efisien dan efektif.

B. Pengertian Jasa

Dalam perkembangan dunia industri, perusahaan tidak hanya bergerak dalam bidang memproduksi barang (*goods*) saja, karna pada era sekarang tidak hanya industri barang saja yang dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan salah satu industri yang dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar bagi adalah sektot industry jasa. Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang di tawarkan untuk di jual (Tjiptono, 2002) jasa merupakan segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu kelompok kepada yang lainnya, yang pada dasarnya tidak nyata dan tidak berakibat pada kepemilikan sesuatu (kotler & Amstrong, 2001) jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak hanya bentuk fisik atau kontruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan.

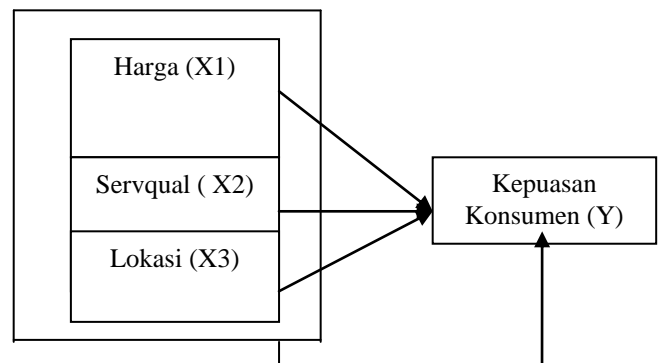
C. Pengertian Harga

Haga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan fitur produk saluran bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

D. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk dapat bertahan dalam persaingan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan tercipta kepuasan terhadap produk jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut namun apabila pelayanan tersebut dinilai tidak sesuai dengan harapan konsumen maka perusahaan tersebut akan kalah dalam persaingan dengan perusahaan lain karena konsumen akan lari ke perusahaan lainnya Parasuraman.

**Gambar 1.
Kerangka Pikir**



Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian (Mardalis, 2003).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Di duga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen

H1: Di duga ada pengaruh signifikan antara Harga terhadap kepuasan konsumen.

Ho: Di duga ada pengaruh signifikan antara Servqual terhadap kepuasan konsumen.

H2: Di duga ada pengaruh yang signifikan antara Servqual terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi, untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini mengingat jumlah populasi kecil maka dilakukan pengambilan terhadap keseluruhan dari penyebaran kuesioner sebanyak 30 orang responden Tamu dari Hotel Grand Puncak Lestari Pangkalpinang. Pemilihan teknik sampling menggunakan teknik sampling jenuh dikarenakan subjek/objek penelitiannya kurang dari 100 orang maka penelitian ini merupakan penelitian populasi/sensus (Arikunto:2001).

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

Dimana :

n= Ukuran Sampel

N= Populasi

e= Batas toleransi kesalahan

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidak telitian sebesar 0,10% maka dengan menggunakan rumus diatas memperoleh sampel sebesar:

$$n = \frac{1925}{1+1925(0,1)^2} + \frac{1925}{20,25} = 95$$

Pembulatan 95 menjadi 100 orang / responden.

Bedasarkan hasil perhitungan diatas dengan tingkat kesalahan 10%. Namun demikian agar ukuran sampel yang diperlukan oleh representative maka ukuran sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang dan dianggap sudah mewakili populasi yang ada.

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data penelitian ini adalah:

1. Riset Lapangan (Field Research)

Pengumpulan data yang diperoleh dari responden baik dengan melakukan wawancara maupun observasi.

 - a. Wawancara (interview)

Adapun yang melakukan obyek wawancara seorang manajer dan front office di Hotel Bangka City Pangkalpinang.
 - b. Observasi (Observation)

Pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung ke pada obyek yang diteliti. Adapun obyek yang diamati adalah pertama promosi yang diberikan oleh Hotel Bangka City Pangkalpinang. Yang kedua kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bangka City Pangkalpinang. Yang ketiga kepuasan konsumen Hotel Bangka City Pangkalpinang.

c. Kuesioner (Quisoner)

Pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang penulis susun secara sistematis untuk mendapatkan data dari obyek penulisan. Adapun kuesioner yang penulis sebarakan sebanyak 100 untuk responden. Penyebaran kuesioner dilakukan penulisan selama 3 minggu dari tanggal 7 april sampai 27 april di Hotel Bangka City pangkalpinang.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur perhitungan validitas dengan teknik korelasi “*product moment*” diperoleh koefisien korelasi butir (r-hitung) dengan sampel sebanyak 95 orang (n = 95 orang), dengan α = 0.05 didapat r tabel 0,202, artinya bila r_{hitung} < r_{tabel}, maka butir instrumen tersebut tidak *valid* dan apabila r_{hitung} > r_{tabel}, maka butir instrumen tersebut dapat digunakan (*valid*). Dari perhitungan statistik untuk masing-masing variabel, ternyata bahwa r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel}, sehingga dikatakan bahwa semua butir kuesioner berpredikat *valid*. Nilai - nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen setiap variabel, disajikan sebagai berikut :

a. Variabel Harga (X₁)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Harga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 1
Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Harga (X₁)

Nomor Kuesioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	,313	0,202	<i>valid</i>
2	,311	0,202	<i>valid</i>
3	,290	0,202	<i>valid</i>
4	,404	0,202	<i>valid</i>
5	,318	0,202	<i>valid</i>
6	,405	0,202	<i>valid</i>
7	,408	0,202	<i>valid</i>
8	,402	0,202	<i>valid</i>
9	,402	0,202	<i>valid</i>
10	,307	0,202	<i>valid</i>

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Harga (X₁) yang diperoleh rata-rata lebih

besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 10 butir pernyataan dikatakan *valid*.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel 2, berikut ini:

TABEL 2

Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel *SERVQUAL* (X_2)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	,309	0,202	<i>Valid</i>
2	,319	0,202	<i>Valid</i>
3	,443	0,202	<i>Valid</i>
4	,291	0,202	<i>Valid</i>
5	,317	0,202	<i>Valid</i>
6	,368	0,202	<i>Valid</i>
7	,310	0,202	<i>Valid</i>
8	,318	0,202	<i>Valid</i>
9	,320	0,202	<i>Valid</i>
10	,293	0,202	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X_2) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 10 butir pernyataan dikatakan *valid*.

c. Variabel Lokasi (X_3)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Lokasi dapat dilihat pada tabel 3, berikut ini:

TABEL 3.

Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Lokasi (X_3)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	,291	0,202	<i>valid</i>
2	,311	0,202	<i>valid</i>
3	,288	0,202	<i>valid</i>
4	,306	0,202	<i>valid</i>
5	,319	0,202	<i>valid</i>
6	,359	0,202	<i>valid</i>
7	,303	0,202	<i>valid</i>

8	,310	0,202	<i>valid</i>
9	,314	0,202	<i>valid</i>
10	,314	0,202	<i>valid</i>

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Lokasi (X_3) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 10 butir pernyataan dikatakan *valid*.

d. Variabel kepuasan konsumen (Y)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel 4, berikut ini:

TABEL 4.

Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	,315	0,202	<i>valid</i>
2	,293	0,202	<i>valid</i>
3	,398	0,202	<i>valid</i>
4	,238	0,202	<i>valid</i>
5	,296	0,202	<i>valid</i>
6	,407	0,202	<i>valid</i>
7	,316	0,202	<i>valid</i>
8	,418	0,202	<i>valid</i>
9	,290	0,202	<i>valid</i>
10	,293	0,202	<i>valid</i>

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 10 butir pernyataan dikatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Reliabel adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran yang merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrument pengukuran yang baik. Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22 sehingga diperoleh nilai Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*, sebagai berikut :

TABEL 5.
Koefisien Reliabilitas

No.	VARIABEL	Koefisien Reliabilitas (Alpha)
1	Harga (X1)	,317
2	Servqual (X2)	,651
3	Lokasi (X3)	,740
4	Kepuasan Konsumen	,756

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil Koefisien Reliabilitas (Alpha) yang tertera pada tabel 5, dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan andal, artinya suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data atau mengukur obyek yang telah ditetapkan karena instrument Harga, Servqual dan Lokasi sudah tergolong baik dimana koefisien reliabilitas alpha > dari alpha correctit alpha item correlation atau suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Imam Ghozali :2011).

Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang diuji benar - benar bebas , jika nilai VIF yang diperoleh < 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada multicollinearity antara variabel bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung tolerance dan VIF. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 22 maka didapatkan hasil sebagai berikut :

TABEL 6
Koefisien Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,999	1,001
	Servqual	,656	1,523
	Lokasi	,657	1,523

Sumber : Data diolah peneliti

Dari data tabel diatas hasil perhitungan nilai variance inflation factor (VIF) menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Pengujian Regresi Berganda

Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22, diperoleh nilai persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas X, yaitu Harga (X₁), Servqual (X₂), Lokasi (X₃), sedangkan variabel terikat yaitu nilai dari Kepuasan Konsumen (Y). Untuk lebih jelasnya nilai-nilai dari koefisien masing-masing variabel dapat dilihat dalam tabel 7. berikut ini:

TABEL 7.
Perhitungan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2306	,940		-2,454	,016
	Harga	,004	,012	006	,319	,751
	Servqual	,976	,022	,944	43,569	,000
	Lokasi	,077	,024	,069	3,167	,002

Sumber : Data diolah peneliti

dari tabel koefisien tersebut di atas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -2306 + ,004X_1 + ,976X_2 + 077X_3$$

$$= (0,16) (,751) (,000) (,002)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung merupakan besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi < α (0,05) berarti berpengaruh signifikan. Variabel Harga (X₁), Servqual (X₂), Lokasi (X₃), nilainya adalah positif, masing-masing variabel diantaranya Harga (X₁), Servqual (X₂), Lokasi (X₃), dan Kepuasan Konsumen (Y) dalam persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Intersep -2,306 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Harga (X₁), Servqual (X₂), Lokasi (X₃), maka Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang adalah -2,306 satuan
2. Untuk Harga (X₁) : ,004 artinya apabila variabel Harga meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar ,004 satuan.
3. Untuk Servqual (X₂) : ,976 artinya apabila variabel Servqual meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar ,976 satuan.
4. Untuk Lokasi (X₃) : ,077 artinya apabila variabel Lokasi meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar ,077 satuan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan perhitungan melalui aplikasi SPSS versi 22 diperoleh koefisien determinasi (r-square) sebesar ,986^a. Nilai ini dapat didefinisikan bahwa ,986% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama, sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

TABEL 8
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,986 ^a	,972	,971	,630	1,841

Sumber : Data diolah Peneliti

TABEL 9
t_{hitung} Variabel Harga (X₁)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,306	,940		-2,454	,016
	Harga	,004	,012	,006	,319	,751

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = -2,306 + 004 X_1$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Orang akan meningkatkan penjualan sebesar 004 satuan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 319 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 93 pada α (0,05) sebesar 1.98580 Dengan demikian t_{hitung} (,319) > t_{tabel} (1.98580) sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign sebesar 0,751 dengan demikian keputusannya jelas Ho ditolak dan H₁ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga mempun yai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Pangkalpinang.

TABEL 10
t_{hitung} Variabel SERVQUAL (X₂)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,306	,940		-2,454	,016
	Servqual	,976	,022	,944	43,569	,000

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = -2,306 + 0,976 X_2$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Proses akan meningkatkan penjualan sebesar 0,976 satuan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 43,569 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 93 pada α (0,05) sebesar 1,98580. Dengan demikian t_{hitung} (43,569) > t_{tabel} (1,98580), sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima atau dari hasil

perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign sebesar 0,000.

TABEL 11.
t_{terhitung} Variabel Lokasi (X₃)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,306	,940		-2,454	,016
	Proses	,077	,024	,069	3,167	,002

Sumber: Data diolah penelit.

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji hipotesa Kedelapan, yaitu :

Ho : diduga tidak terdapat pengaruh Harga, Servqual, dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang.

H₁ : diduga terdapat pengaruh Harga, Servqual dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang.

Jika nilai sign < 0,05, maka keputusannya H₁ diterima atau dengan membandingkan F_{hitung} > F_{tabel} maka keputusannya H₁ diterima.

TABEL 12.
F_{hitung} Variabel Harga (X₁), Servqual (X₂) dan Lokasi (X₃) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1250,494	3	416,831	1050,866	,000 ^b
Residual	36,096	91	,397		
Total	1286,589	94			

Sumber : Data diolah Peneliti

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Versi 22 diperoleh nilai F_{hitung} 1050,866 seperti terlihat pada tabel 12. Sedangkan harga kritis nilai F_{tabel} dengan derajat bebas pembilang 3 dan penyebut 91 pada α (0,05) sebesar 2.70. Dengan demikian F_{hitung} (1050,866) > F_{tabel} (2.92), sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima demikian juga jika menggunakan membandingkan nilai sign sebesar 0,000.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai

DAFTAR PUSTAKA

- t_{hitung} sebesar ,319 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 93 pada α (0,05) sebesar 1.98580. Dengan demikian t_{hitung} (4,551) > t_{tabel} (1.98580, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign sebesar ,751. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City pangkalpinang.
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel *Servqual* terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 43,569 sedangkan t_{tabel} dengan bebas 98
 3. Terdapat pengaruh signifikan variabel Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,167 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 93 pada α (0,05) sebesar 1,98580. Dengan demikian t_{hitung} (3,167) > t_{tabel} (1,98580) sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang.
 4. Terdapat pengaruh signifikan variabel Harga, *Servqual* dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bangka City Pangkalpinang. Hal ini terbukti dengan nilai f_{hitung} (1050,866) > f_{hitung} (3,09) kepuasan jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Saran

1. Harga merupakan hal penting dalam suatu bisnis atau kesuksesan suatu usaha maka dari itu ada baiknya pengelola menawarkan atau menyajikan harga yang menarik konsumen karna harga juga termasuk bagian terpenting suatu kepuasan konsumen tersendiri semakain banyak yang ditawarkan semakin banyak konsumen akan berdatangan
2. *Servqual* merupakan suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh dalam memuaskan konsumen. Penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudian kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama ada di hotel Bangka City Pangkalpinang. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas hotel, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan hotel harus diperhatikan terutama yang berkaitan langsung dengan para konsumen.
3. Lokasi merupakan hal yang sangat penting karna sesuatu sarana kalo tidak memiliki lokasi yang strategis akan menurunkan tingkat pelanggan atau konsumen hal ini juga merupakan suatu kepuasan konsumen mungkin karna alat transportasi nya, mudah atau mungkin lokasi nya dekat engan kota akan sangat member kepuasan terhadap konsumen
4. Penelitian dapat menunjukkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang memberikan pengaruh terhdap kepuasan konsumen

- 1) Assuari Sofian, *Manajemen* (2002) .Andi Offset. Yogyakarta
- 2) Ismail Solihin (2009), yang mengutip dari koontz (Koontz dan Wehrich, 1993), *Manajemen sebagai ilmu*
- 3) Mary Pakar Follet yang dikutip oleh Handoko (2008:3), *Manajemen adalah seni*.
- 4) Kotler, (2002). *Kepuasan konsumen, Pengertian Konsumen*
- 5) Robbis dan Coulter 2007, *Manajemen Pengertian Harga*
- 6) Rambat, Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Salemba Empat*, Jakarta
- 7) Rumecko, *Pemasaran, Hotel. Perdana Media 2002*
- 8) Tjiptono dan Diana Anantasia. 2001. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta.
- 9) Ronny A.Rusdi, Edisi Millenium, PT, Prenhalindo, Jakarta, (2002)