

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGINAP DI HOTEL KARTIKA CHANDRA JAKARTA

¹Jasmani, ²Dede Supiyan, ³Hastono

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01770@unpam.ac.id](mailto:dosen01770@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan menginap di Hotel Kartika Chandra Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 46,9%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(9,215 > 1,985)$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 44,1%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,704 > 1,985)$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,894 + 0,389X_1 + 0,369X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 54,7%, uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(57,311 > 2,700)$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction staying at Hotel Kartika Chandra Jakarta. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study have a significant effect on customer satisfaction by 46.9%, hypothesis testing is obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(9,215 > 1,985)$. Price has a significant effect on customer satisfaction by 44.1%, hypothesis testing is obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(8,704 > 1,985)$. Service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 9.894 + 0.389X_1 + 0.369X_2$ and the contribution of the influence is 54.7%, hypothesis testing is obtained $F_{count} > F_{table}$ or $(57,311 > 2,700)$.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

PT. Hotel Kartika Chandra didirikan berdasarkan akte Notaris Nomor 7 pada Notaris Raden Moeljatmo pada tanggal 31 Desember 1968, yang didirikan oleh Yayasan Kartika Chandra. Awalnya adalah sebuah hotel non bintang, lalu pemilik hotel tersebut merasa perlu menerjuni industry perhotelan secara lebih serius, lalu lahirlah Hotel Kartika Chandra. Sebuah kompleks hotel mini dan gedung theater yang terletak di Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 18-20, Jakarta selatan, yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Soeharto pada tanggal 20 Januari 1971.

Perlahan tapi pasti, hotel dengan kapasitas 30 kamar ini terus berkembang. Tahun 1972, PT. Hotel Kartika Chandra membuka usaha baru berupa ruang perkantoran sebanyak 88 ruangan yang disebut dengan Minor Operating Department. Pada April 1974 menjelang diadakannya.

Lebih dari itu, Kartika Chandra juga memiliki sarana hiburan yang tidak terdapat di hotel lain, yaitu sebuah gedung bioskop modern dan terbesar dengan kapasitas 1000 kursi yang bernama Kartika Chandra Theater. Dan pada tahun itu pula Hotel Kartika Chandra dinyatakan hotel berbintang empat oleh Pemerintah. Pada awal tahun 1991, Kartika Chandra memaklumkan diri menjadi hotel pertama di Indonesia yang menerapkan sistem area kerja bebas rokok bagi seluruh staff dan karyawan hotel, dan menyediakan sarana *smoking* dan *non smoking area* untuku para tamu hotel. Kebijakan ini tentu saja dapat meningkatkan kenyamanan tamu khususnya yang tidak merokok, sehingga mereka dapat lebih menikmati suasana coffee shop yang bebas dari asap rokok.

Pengembangan Puri Medika KC juga merupakan bukti lain dari kepedulian Kartika Chandra terhadap kesehatan dan keselamatan kerja. Nyatanya, pada tahun 1995 Kartika Chandra memperoleh sertifikat Laik Sehat dari Departemen Kesehatan. Puri Medika KC terbuka untuk semua staff, karyawan dan tamu Hotel Kartika Chandra. Dibawah manajemen

baru yang dipimpin oleh H. Sudwikatmono (Presiden Direktur), Kartika Chandra juga merenovasi Balairung Kirana (*Grand Ballroom*) dan mengembangkan gedung baru di sayap kanan guna menambah ruang kamar menjadi 278 pada tahun 1995, termasuk Puri Kencana (*Penthouse*) dipuncak gedung (lantai 11), Puri Mahkota Puteri (*Royal Princess Suite*), Presidential suite dan Executive Suite.

Tema Hotel Kartika Chandra adalah *The Friendly Hotel That Cares*, hotel yang peduli dan memberi perhatian penuh terhadap segala kebutuhanm keperluan tamu akan pelayanan, produk dan sarana yang berstandar utama serta pelayanan yang cepat, ramah dan sopan. *The Green Royal Castle & Resort*, adalah tema Hotel Kartika Chandra yang kedua. Dengan sentuhan arsitektur dan design interior Jawa dan ornament-ornamen di setiap ruangan yang tersedia, serta warna exterior yang didominasi oleh warna hijau. Kartika Chandra tampil layak sebuah Puri Raja yang anggun dengan kerimbunan serba hijau oleh tanaman tropis yang terawat dan ditata apik, asri dan sejuk.

Demi memenuhi kebutuhan para tamu hotel maka di Indonesia banyak dibangun hotel-hotel dengan beberapa jenis hotel yang lokasinya disesuaikan dengan kebutuhan tamu hotel diantaranya city hotel yang berlokasi di perkotaan dan biasanya diperuntukkan bagi tamu hotel yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek), residential hotel yang berlokasi di daerah pingiran kota besar yang jauh dari keramaian kota tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha, resort hotel yang berlokasi di daerah pengunungan (*mountain hotel*) atau di tepi pantai (*beach hotel*), dan motel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya. Tamu yang akan menginap sudah tentu memilih hotel yang lokasinya sesuai dengan kubutuhan, memiliki kamar-kamar beserta sernua fasilitas dan perlengkapannya. Tamu menghendaki tidur dengan aman, seperti tidur di rumah sendiri, bahkan wajarlah bila

seorang tamu menuntut lebih nyaman dari pada di rumahnya, karena merasa telah membayar untuk memenuhi keinginannya. Untuk itu hotel harus menyajikan kamar dengan baik, bersih dan aman agar tamu betah tinggal, bahkan memperpanjang malam penginapannya di hotel. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Manajemen PT. Hotel Kartika Chandra berusaha untuk meningkatkan citra manajemen yang baik dengan menerapkan strategi bersaing yang lebih baik, yakni dengan menerapkan sistem pemasaran melalui pemasaran yang terukur meliputi sales call, sales trip, maupun promosi langsung kepada pelanggan. Strategi ini juga didukung dengan pengembangan hotel mulai dari unit kerja, sumber daya manusia, fasilitas, hingga manajemen hotel. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan Pelanggan. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah.

Tabel 1. Jumlah Keluhan Pelanggan di Tahun 2019

Bulan	Jumlah Keluhan
Januari	157
Februari	122
Maret	105
April	159
Mei	164
Juni	155
Juli	164
Agustus	142
September	149
Oktober	132
November	126
Desember	137

Sumber: *Manajemen Hotel Kartika*

Tabel 3. Data Penjualan Kamar Hotel Kartika Chandra Tahun 2018

Bulan	Room Available	Room Sold	Revenue
Jan	8.540	5.227	Rp 4.887.675.017
Feb	7.492	4.803	Rp 4.887.075.130
Mar	8.410	5.569	Rp 4.380.629.359
Apr	8.197	5.578	Rp 5.411.542.330

Chandra, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa setiap bulan ada saja keluhan pelanggan Terhadap pelayanan di Hotel Kartika Chandra. keluhan tersebut terlihat karena setiap hari ada saja pelanggan yang komplain tentang keluhan mereka dari layanan yang diberikan perusahaan.

Tabel 2. Jenis Keluhan yang sering dilaporkan

Jenis Keluhan	Persentase
Toilet Kurang Bersih	25%
AC Kurang dingin	27%
Adanya Pelayanan yang Kurang Baik	34%
Kamar Kurang Rapih	15%

Sumber: *Manajemen Hotel Kartika Chandra, 2020*

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa ada 4 Jenis Keluhan Yang paling banyak di Komplain oleh pelanggan di Hotel Kartika Chandra. keluhan tersebut terlihat karena setiap hari ada saja pelanggan yang komplain tentang keluhan mereka dari layanan yang diberikan perusahaan.

Sedangkan Menurut Bashu Swastha (2017:125) berpendapat “Penetapan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan melihat manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama untuk semua pembeli”

Dalam bisnis jasa yang bergerak di bidang pariwisata seperti perhotelan, selain memberikan fasilitas yang baik kepada konsumen, hotel juga harus dapat memberikan pengalaman yang tak terlupakan kepada tamunya sehingga tamu merasa puas dan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga dapat memberikan umpan balik yang positif terhadap hotel.

Mei	8.416	6.235	Rp 4.625.579.069
Jun	8.159	4.447	Rp 3.176.740.350
Jul	8.270	5.290	Rp 5.213.336.286
Agust	7.876	5.347	Rp 5.351.557.129
Sept	7.368	5.384	Rp 5.310.280.738
Okt	7.934	5.622	Rp 4.259.544.503
Nov	8.137	6.138	Rp 4.638.600.451
Des	8.445	5.287	Rp 4.109.100.976

Sumber: Manajemen Hotel Kartika Chandra, 2020

Berdasarkan data oada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah *Revenue* pada setiap bulannya ada yang mengalami peningkatan, namun ada pula yang mengalami penurunan. Kondisi seperti ini

dapat saja terjadi dan jelas akan mengurangi profit yang ingin dicapai oleh management. Hal ini tentu disebabkan dari beberapa faktor sehingga mengalami penurunan.

Tabel 4. Jenis Tipe Kamar dan Harga Hotel Bintang 4 di Jakarta

Nama Hotel	Deluxe (Rp)	Penthouse (Rp)	Presidential Suite (Rp)
Kartika Chandra Jakarta	750.000	1.500.000	3.000.000
Ashley Jakarta Wahid Hayim	500.000	1.000.000	2.200.000
Millennium Hotel Sirih Jakarta	550.000	1.300.000	2.500.000
Mercure Convention Central Ancol	650.000	1.500.000	2.800.000

Sumber: Manajemen Hotel Kartika Chandra, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa Harga Hotel Kartika Chandra Jauh lebih Mahal dibandingkan dengan Hotel Bintang 4 lainnya. Selain itu Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan penting dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen atau pelanggan adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.

Kepuasan Pelanggan ialah Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan menurut Kotler (2017:150).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Hotel Kartika Chandra Jakarta”.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyohadi (2017:199) menegaskan bahwa “Kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, yaitu pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan”.

2. Harga

Menurut Swastha (2017:125) berpendapat “Penetapan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan melihat manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama untuk semua pembeli

3. Kepuasan Pelanggan

Yang dimaksud Kepuasan Pelanggan ialah Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan menurut Kotler

(2017:150)

METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 98 responden penyewa ruangan di Hotel Kartika Chandra di Jakarta

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh

antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	98	30	48	37.96	4.064
Harga (X2)	98	27	46	38.27	3.674
Kepuasan Pelanggan (Y)	98	31	46	38.80	3.630
Valid N (listwise)	98				

Kualitas pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 37,96 dengan standar deviasi 4,064.

Harga diperoleh *varians* minimum sebesar 27 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 38,27 dengan standar deviasi 3,674.

Kepuasan pelanggan diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 38,80 dengan standar deviasi 3,630.

2. Analisis Kuantitatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda **Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.894	2.744		3.606	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.389	.083	.436	4.701	.000
Harga (X2)	.369	.092	.374	4.030	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,894 + 0,389X1 + 0,369X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,894 diartikan jika kualitas pelayanan dan harga tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan pelanggan sebesar 9,894 point.



- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,389, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,389 maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,389 point.
- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,369, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan harga sebesar 0,369 maka kepuasan

pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,369 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Correlations^b

	Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation 1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation .685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=98

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,685 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Correlations^b

	Harga (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation 1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation .664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=98

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,664 artinya harga memiliki hubungan

yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.547	.537	2.469

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,739 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial

maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:
 Tabel 10. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 ^a	.469	.464	2.658

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.414	2.679

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,469 artinya kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 46,9% terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 11. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.436	2.727

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,441 artinya harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 44,1% terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 12. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.547	.537	2.469

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,547 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 54,7% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.568	2.535		6.141	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.612	.066	.685	9.215	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,215 > 1,985), dengan demikian hipotesis pertama

yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.678	2.897			4.721	.000
Harga (X2)	.656	.075	.664		8.709	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,704 > 1,985), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	698.772	2	349.386	57.311	.000 ^b
Residual	579.146	95	6.096		
Total	1277.918	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (57,311 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan diterima.

yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan korelasi sebesar 0,685 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,9%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,215 > 1,985). Dengan demikian hipotesis pertama

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan korelasi sebesar 0,664 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,704 > 1,985). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan diterima.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,894 + 0,389X_1 + 0,369X_2$, nilai korelasi sebesar 0,739 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 54,7% sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (57,311 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,9%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,215 > 1,985).
- Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,704 > 1,985).
- Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,894 + 0,389X_1 + 0,369X_2$ dengan kontribusi pengaruh sebesar 54,7% sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (57,311 > 2,700).

Saran

- Perusahaan harus memberikan pelatihan yang lebih mendalam lagi utamanya terkait dengan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang prima pada tamu yang menginap karena masih ada ditemukan beberapa komplain yang kurang mampu diselesaikan dengan baik.
- Manajemen harus membuat formula harga sewa yang lebih kompetitif lagi

karena terbukti dari penilaian pelanggan harga sewa di Kartika Chandra masih kurang kompetitif.

- Manajemen Hotel Kartika Chandra harus membuat survey secara berkala terkait dengan kepuasan pelanggan sehingga manajemen mengerti dan mampu mengurangi ketidakpuasan pelanggan serta apa yang sudah baik dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *“Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi”*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Erlangga, H. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672-3678.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Haque, M. G., Munawaroh, M., Sunarsi, D., & Baharuddin, A. (2021). Competitive Advantage in Cost Leadership and Differentiation of SMEs “Bakoel Zee” Marketing Strategy in BSD. *PINISI Discretion Review*, 4(2), 277-284.
- Imam Ghozali (2017). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Jasmani, J., Sutiman, S., & Sunarsi, D. (2020). Analysis of the Effect of Prices, Promotions and Products on Purchase Interest Impacts on Consumer Satisfaction of VIVO Brand Mobile

- Phones in South Tangerang Region. *Jurnal Ad'ministrare*, 7(1), 73-82.
- Kadariusman, Y., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Peningkatan Jumlah Siswa Pada SMK PGRI Balaraja. *JS (Jurnal Sekolah)*, 4(3), 213-221.
- Keller dan Amstrong (2017) "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kevin Keller dan Amstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller (2017) "*Manajemen Pemasaran*". PT. Macaman Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Kotler (2016) "*Manajemen Pemasaran*". Edisi Keempat belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyadi, Rambat (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2 , Jakarta : Salemba Empat.
- Muslimat, A., Muhsin, H., Wahid, H. A., Yulistiana, I., Sunarsi, D., Dewi, K., ... & Ilham, D. (2021). Develop Technology Based Multimedia For Indonesian Teachers. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1), 1871-1882.
- Purwanti, Y. (2021). The Influence Of Digital Marketing & Innovasion On The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(7), 118-127.
- Muslimat, A. (2021). Masa Depan Kampus Merdeka & Merdeka Belajar: Sebuah Bunga Rampai Dosen. Bintang Visitama Publisher.
- Nurjaya, N., Affandi, A., Ilham, D., Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2021). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Kemampuan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kinerja Aparatur Desa Pada Kantor Kepala Desa Di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(3), 332-346.
- Nurjaya, N., Affandi, A., Erlangga, H., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Enterprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 528-540.
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "*Metode Riset Pemasaran*". Bandung: Alfabeta.