

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PENGINAPAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WISMA BALQIS KUALA TUNGKAL**

**Yudhi Yanuar Fiqri**

Dosen Jurusan Manajemen Bisnis Syariah STAI An-Nadwah Kuala Tungkal  
Email : [yudhiyanuarfiqri@gmail.com](mailto:yudhiyanuarfiqri@gmail.com)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini menjelaskan: 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, 2) pengaruh citra penginapan terhadap kepuasan konsumen, 3) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, 4) uji kualitas pelayanan, citra penginapan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Wisma Balqis Kuala Tungkal. Sampel penelitian adalah konsumen/pelanggan yang menginap di wisma balqis dan bersedia untuk diwawancarai atau mengisi kuesioner. Jumlah sampel yang diambil selama periode penelitian sebanyak 22 responden. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan deskripsi kuantitatif. Peneliti menguji hipotesis dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda, Uji T satu sampel, dan uji regresi F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, citra penginapan dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisma balqis Kuala Tungkal adalah baik dan optimal, dari segi kualitas pelayanan, kualitas wisma balqis Kuala Tungkal dikategorikan cukup, citra penginapan termasuk dalam kategori cukup, dan Harga dikategorikan baik untuk kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Citra Penginapan, Harga, Kepuasan Konsumen*

### **A. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi sekarang ini dunia bisnis sudah banyak persaingan yang begitu ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan/wisma. Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada konsumen.

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.<sup>1</sup>

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau

---

<sup>1</sup>Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggara Hotel*. Alfabeta. Bandung, Hal 5

tersirat.<sup>2</sup> Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).<sup>3</sup> Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.<sup>4</sup>

Pelayanan merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk atau jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan. Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan adalah suatu usaha yang dilakukan dalam upaya untuk dapat memberikan kepuasan pada konsumennya. Dalam hal ini pelayanan mencakup tentang kelengkapan yang digunakan, keramahmataman, kegiatan, ketepatan serta pertanggungjawaban bila terjadi kerusakan pada produk yang sudah dibelinya. Masalah pelayanan ini sangat penting artinya bagi konsumen, oleh karena itu perlu mendapatkan perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan. Pelayanan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa merupakan kunci kesuksesan suatu usaha di dalam menjalankan suatu usaha.

Kepuasan adalah suatu bentuk perasaan seseorang yang mendapatkan pengalaman kinerja yang telah memenuhi harapannya. Dengan demikian tingkat kepuasan adalah fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen dapat memahami salah satu dari tingkat kepuasan umum, jika kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas. Konsep kepuasan konsumen sebenarnya masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam transaksi pembelian barang dan jasa sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Konsumen dalam menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan hotel tergantung kepada pelayanannya baik sebelum maupun sesudah konsumen merasakan pelayanan di hotel. Dengan dilakukannya

---

<sup>2</sup>Kotler, Philip. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. BPEE. Yogyakarta. Hal 49

<sup>3</sup>Pujawan, I. Nyoman. 2010. *Supply Chain Management*. Edisi kedua. Guna Widya. Surabaya Hal 49

<sup>4</sup>Kotler, Philip. dan Gary. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta, Hal 35

penilaian terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel, mutu pelayanan hotel dapat dilihat dari aspek kepuasan konsumen juga dapat diketahui dari harapan konsumen. Kepuasan konsisten juga akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap pembelian jasa yang sama. Dewasa ini perhatian kepada kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Dengan semakin banyaknya pihak yang menawarkan produk atau jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak pula. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar konsumen akan semakin besar pula. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>5</sup>

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Wisma Balqis merupakan salah satu penginapan di Kota Kuala Tungkal yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa penginapan. Letak wisma Balqis sangat strategis karena berada di tengah Kota Kuala Tungkal, Dekat dengan pelabuhan, pasar, loket travel dengan berbagai tujuan, dan jembatan iconic kuala tungkal water front city yang saat ini sudah berganti nama menjadi Titian Orang Kayo Mustiko Rajo Alam.

Peneliti telah meneliti kualitas pelayanan di salah satu penginapan di Kota Kuala Tungkal yaitu Wisma Balqis. Dimana dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir mengalami peningkatan. Adapun tabel pelanggan Wisma balqis adalah sebagai berikut;

---

<sup>5</sup>Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, Andi offset, Yogyakarta Hal. 112

**Tabel 1**  
**Daftar Harga Penginapan Wisma  
Balqis**

<b>Ruangan</b>	<b>Harga</b>
VIP	Rp. 200.000
Standar	Rp. 150.000
Ekonomi	Rp. 100.000
Kos Full AC	Rp. 1.250.000
Kos Non AC	Rp. 500.000

Sumber : Pemilk Wisma Balqis

**Tabel 2**  
**Data Jumlah Pengunjung Penginapan  
Wisma Balqis**

<b>Bulan 2020</b>	<b>Pelanggan</b>
Januari 2020	28
Febuari 2020	31
Maret 2020	35
April 2020	29
Mei 2020	30
Juni 2020	41
Juli 2020	42
Agustus 2020	48
September 2020	43
Oktober 2020	38
November 2020	33
Desember 2020	76

Sumber : Pemilk Wisma Balqis

**Tabel 3**  
**Jumlah Pelanggan Kos di Wisma Balqis**

No	Bulan	Pelanggan
1	Januari- Juni	10

Sumber : Pemilk Wisma Balqis

Dalam upaya mewujudkan kepuasan pelanggan Wisma Balqis Kuala Tungkal telah menerapkan berbagai strategi, antara lain dengan mengutamakan keramahan dan kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, selalu menekankan kebersihan kamar wisma, menyediakan akses WIFI secara gratis yang dapat diakses oleh para pelanggan, serta selalu mempertanyakan surat nikah pada pasangan pasutri yang ingin menginap.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra penginapan dan harga terhadap kepuasan konsumen/pelanggan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian field research (penelitian lapangan) yang disajikan secara diskriptif kuantitatif. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisa dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra penginapan dan harga terhadap kepuasan konsumen/pelanggan di Wisma Balqis Kuala Tungkal. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bebas terpimpin, observasi partisipasif terhadap para pelanggan Wisma Balqis yang bersedia di wawancara. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduksi, penyajian data, dan verifikasi data. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah Wisma Balqis Kuala Tungkal. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan seluruh karyawan dan sebaaian pelanggan yaitu 220 orang. Selanjutnya dari keseluruhan jumlah populasi tersebut hanya diambil sample dari beberapa orang sebagai objek penelitian, yaitu 22 orang.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil penelitian**

Dalam pengambilan data, peneliti menggunakan instrumen angket, dengan

populasi sebanyak 22 orang dari pelanggan Wisma Balqis dan soal 25 butir Soal, kemudian dihitung untuk mengetahui tingkat hubungan masing-masing variabel dalam penelitian ini.

**a. Uji Asumsi Klasik**

Pada penelitian ini juga dilakukan beberapa uji asumsi klasik terhadap model analisis diskriminan yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS yang meliputi:

**b. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data apakah data yang terkumpul adalah data yang terdistribusi normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian ini mempengaruhi analisis hipotesis, ketika data distribusi normal, maka analisa yang digunakan adalah analisa parametris, tetapi ketika data tersebut tidak normal, analisa yang digunakan adalah non parametris. Dalam uji normalitas data peneliti menggunakan uji one sample Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		KUALITAS PELAYANAN	CITRA PENGINAPAN	HARGA	KEPUASAN PELANGGAN
N		22	22	22	22
Normal Parameters <sup>a,b</sup> Mean		21.00	24.14	18.45	22.41
Std. Deviation		2.828	2.356 .250	1.993	1.563
Most Extreme	Absolute	.093	.250 - .133	.181	.194
Differences	Positive	-.093	1.174	.181	.194 -
	Negative	-.089	.127	-.099	.138
Kolmogorov-Smirnov Z		.435		.849	.911
		.992		.466	.378
Asymp. Sig. (2-tailed)					

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

**(1) Kualitas Pelayanan**

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2- tailed) diperoleh nilai 0,992 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,992 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel kualitas pelayanan adalah normal.

**(2) Citra Penginapan**

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2- tailed) diperoleh nilai 0,127 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,127 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel citra Penginapan adalah normal.

**(3) Harga**

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2- tailed) diperoleh nilai 0,466 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,466 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi

variabel harga adalah normal.

(4) Kepuasan pelanggan/konsumen

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2- tailed) diperoleh nilai 0,378 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,378 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel kepuasan pelanggan adalah normal.

**c. Uji Linearitas data**

Untuk menentukan apakah variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat, uji ini sebagai syarat untuk menentukan modal analisa regresi linear sederhana. Pada pengujian linearitas peneliti menguji dengan menggunakan bantuan program SPSS. Ketentuan bahwa apabila deviation from linearity memiliki nilai sig  $> 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan terhadap linieritas. Pengujian linieritas sebagai berikut:

(1) Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian deviation from linearity menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,953 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

(2) Citra Penginapan dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian deviation from linearity menunjukkan bahwa hubungan antara citra Penginapan dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,380 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

(3) Harga dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian deviation from linearity menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,052 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

**d. Uji Multikolinieritas**

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi didalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ . Jika korelasi dibawah 90% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Dari hasil perhitungan dapat dilihat pada table berikut:

**Table 5**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	.808	.776	.740

c. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, CITRA PENGINAPAN

Hasil di atas menunjukkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,808 atau 80,8% yaitu dibawah 90% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

## 2. Hasil Analisis Data

### a) Kualitas pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh yang dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 7 item soal yang telah disebarakan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 462. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range. Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori.

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai interval 5,6 sehingga interval yang diambil kelipatan 5, sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut:

Tabel 6

#### Nilai Interval Kualitas pelayanan

No	Interval	Kategori	Kode
1	28 – 35	Sangat Baik	A
2	23 – 27	Baik	B
3	18 – 22	Cukup	C
4	13 – 17	Kurang	D
5	7 – 12	Sangat Kurang	E

Hasil tabel 6 menunjukkan mean dengan nilai 21 dari kualitas pelayanan di Wisma Balqis Kuala Tungkal tergolong dalam interval (18-22) dengan kategori cukup.

### a) Citra Penginapan

Untuk mengetahui citra Penginapan, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh yang dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai

rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 8 item soal yang telah disebarkan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 531. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range. Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori.

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai interval 6,4 sehingga interval yang diambil kelipatan 6 sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Nilai Interval Citra Penginapan**

No	Interval	Kategori	Kode
1	33 – 38	Sangat Baik	A
2	27 – 32	Baik	B
3	21 – 26	Cukup	C
4	15 – 20	Kurang	D
5	8 – 14	Sangat Kurang	E

Hasil tabel 7 menunjukkan mean dengan nilai 24,14 dibulatkan 24 dari citra Penginapan di Wisma Balqis Kuala Tungkal tergolong dalam interval (21-27) dengan kategori cukup.

**b) Harga**

Untuk mengetahui harga, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh yang dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 5 item soal yang telah disebarkan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 406. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range. Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori.

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai interval 4 sehingga interval yang diambil kelipatan 4 sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut :

**Tabel 8**  
**Nilai Interval Harga**

No	Interval	Kategori	Kode
1	22 – 25	Sangat Baik	A
2	18 – 21	Baik	B
3	14 – 17	Cukup	C
4	10 – 13	Kurang	D
5	5 – 9	Sangat Kurang	E

Hasil tabel 6 menunjukkan mean dengan nilai 18,45 dibulatkan 18 dari harga di Wisma Balqis Kuala Tungkal tergolong dalam interval (18-21) dengan kategori baik.

**c) Kepuasan Pelanggan/Konsumen**

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh yang dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 4 item soal yang telah disebarakan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 493. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range. Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori.

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai interval 4 sehingga interval yang diambil kelipatan 4 sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Nilai Interval Kepuasan Pelanggan**

No	Interval	Kategori	Kode
1	22 – 25	Sangat Baik	A
2	18 – 21	Baik	B
3	14 – 17	Cukup	C
4	10 – 13	Kurang	D

5	5 – 9	Sangat Kurang	E
---	-------	---------------	---

Hasil tabel 9 menunjukkan mean dengan nilai 22,41 dibulatkan 22 dari kepuasan pelanggan di Wisma Balqis Kuala Tungkal tergolong dalam interval (22-24) dengan kategori sangat baik.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.897	1.816		3.797	.001
KUALITAS	.188	.068		2.778	.012
PELAYANAN	.268	.088		3.044	.007
CITRA	.276	.101		2.737	.014
PENGINAPAN			.341		
HARGA			.404		
			.352		

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Untuk membuktikan kuat lemahnya pengaruh dan diterima tidaknya hipotesa dalam jurnal ini, maka dibuktikan dengan mencari nilai koefisien korelasi antar variabel yaitu kualitas pelayanan (variabel X1), citra Penginapan (X2) dan harga (X3) dengan hasil sebagai berikut:

Setelah diketahui skor akhir dari hasil penelitian di atas maka selanjutnya akan di analisis dengan data yang tertera pada tabel di atas untuk menjawab seberapa baik kualitas pelayanan di Wisma Balqis Kuala Tungkal maka dapat dihitung dengan harga  $t = 2,778$ . Selanjutnya harga  $t$  tersebut dibandingkan dengan harga  $t$  tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka harga  $t$  tabel = 1,721. Ternyata harga  $t$  hitung (2,778) lebih besar dari pada harga  $t$  tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian kualitas pelayanan di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah sangat baik dan dapat diterima.

#### b. Citra Penginapan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang tertera di atas untuk menjawab seberapa baik citra Penginapan di Wisma Balqis Kuala Tungkal maka dapat dihitung dengan harga  $t = 3.044$ . Selanjutnya harga  $t$  tersebut dibandingkan dengan harga  $t$  tabel dengan  $dk = n-$

1 ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka harga t tabel = 1,721. Ternyata harga t hitung (2,778) lebih besar dari pada harga t tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian citra Penginapan di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah sangat baik dan dapat diterima.

**c. Harga terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan data yang tertera pada tabel di atas untuk menjawab seberapa baik harga di Wisma Balqis Kuala Tungkal maka dapat dihitung dengan harga t = 2,737. Selanjutnya harga t tersebut dibandingkan dengan harga t tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka harga t tabel = 1,721. Ternyata harga t hitung (2,737) lebih besar dari pada harga t tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian harga di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah sangat baik dan dapat diterima.

**2. Pembahasan**

**Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen/pelanggan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, citra penginapan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen/pelanggan di Wisma Balqis Kuala Tungkal. Hal ini mencerminkan bahwa semakin baik pelayanan maka akan semakin baik pula respon konsumen/pelanggan. Peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen sendiri.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Balqis Kuala Tungkal secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dengan pemberian pelayanan yang baik dan berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan bagi konsumen.

**e. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan**

Faktor yang tidak kalah pentingnya yaitu harga. Apabila konsumen melakukan transaksi untuk menginap, faktor harga merupakan faktor yang cukup dipertimbangkan. Harga yang ekonomis dan ramah dikantong tentunya akan menarik pelanggan. Meskipun demikian, faktor harga bukanlah menjadi satu-satunya pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk menginap di suatu penginapan, namun faktor harga akan menjadi suatu hal yang paling mendasar yang menjadi

bahan pertimbangan oleh para konsumen/pelanggan dalam memutuskan keputusan untuk menginap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa harga yang murah dan ramah di kantong akan pas dengan kantong menengah ke bawah sehingga menjadi kepuasan yang tersendiri bagi pelanggan. Oleh karena itu, antara harga dan kualitas pelayanan menjadi saling berkaitan dalam menentukan kepuasan pelanggan.

**f. Citra Penginapan dan kepuasan pelanggan**

Faktor kenyamanan citra penginapan juga menjadi faktor penting bagi para konsumen dalam memilih tempat untuk menginap. Suasana yang nyaman dan bersih menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen pada saat sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi penginapan tersebut. Ketenangan dari penginapan juga tak kalah pentingnya, karena para konsumen yang memutuskan untuk menginap tentunya ingin beristirahat dengan tenang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra penginapan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra penginapan yang secara tak langsung menggambarkan kondisi dari penginapan tersebut akan menarik hati konsumen yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan itu sendiri. Kondisi penginapan yang bersih dan tenang, serta karyawan yang sopan akan memberikan kenyamanan bagi para konsumen sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

**g. Kualitas pelayanan, citra penginapan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan citra penginapan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Balqis Kuala Tungkal. Hal ini mencerminkan bahwa makin baiknya pelayanan, semakin ramahnya harga penginapan dikantong konsumen, serta citra penginapan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen sehingga kepercayaan terhadap penginapan itu sendiri akan lebih meningkat lagi. Tentunya hal ini akan memberikan kesan baik di hati para pelanggan sehingga di lain waktu para konsumen/pelanggan ini akan kembali lagi ke Wisma Balqis untuk menginap.

Pelayanan, citra penginapan dan harga menjadi hal yang mendasar bagi tolak

ukur untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Ketiga hal ini saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah penulis laksanakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. ***Kualitas pelayanan*** di Wisma Balqis Kuala Tungkal di Kuala Tungkal termasuk kategori cukup. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisa yang menunjukkan nilai mean 5,6 apabila diterapkan dalam

interval nilai, artinya kualitas pelayanan di menara 05 Kuala Tungkal dikategorikan cukup. Jadi dari kualitas pelayanan di Wisma Balqis Kuala Tungkal ada pengaruh yang signifikan karena tabel = 1,720. Ternyata harga t hitung (0,005) lebih kecil dari pada harga t tabel, Dengan demikian peneliti menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah baik dapat diterima. Jadi hasilnya adalah signifikan yang berarti ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b . ***Citra Penginapan dalam kepuasan pelanggan*** di Wisma Balqis Kuala Tungkal termasuk kategori cukup. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisa yang menunjukkan nilai mean 24,14 apabila diterapkan dalam interval nilai, artinya Citra Penginapan Wisma Balqis Kuala Tungkal dikategorikan cukup. Jadi dari citra Penginapan ada pengaruh dalam kepuasan pelanggan karena harga t tersebut dibandingkan dengan harga t tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan 5%, maka harga t tabel = 1.720. Ternyata harga t hitung (1,136) lebih kecil dari pada harga t tabel, Dengan demikian  $H_0$  yang menyatakan bahwa citra di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah baik dapat diterima Jadi hasilnya adalah signifikan yang berarti ada hubungan yang positif antara citra Penginapan terhadap kepuasan pelanggan.

b. ***Harga dalam kepuasan pelanggan*** di Wisma Balqis Kuala Tungkal termasuk kategori cukup. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisa yang menunjukkan nilai mean 18,5 apabila diterapkan dalam interval nilai, artinya Harga di Wisma Balqis Kuala Tungkal dikategorikan baik. Oleh karena itu harga juga ada pengaruh yang signifikan dengan kepuasan pelanggan dengan data yang di

analisis oleh peneliti harga t tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan 5%, maka harga t tabel = 1,720. Ternyata harga t hitung (0,22) lebih kecil dari pada harga t tabel, Dengan demikian  $H_0$  yang menyatakan bahwa harga di Wisma Balqis Kuala Tungkal adalah baik dapat diterima. Jadi hasilnya adalah signifikan yang berarti ada hubungan yang positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

- c. ***Kualitas pelayanan, harga, citra penginapan***, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Balqis Kuala Tungkal. Hal ini mencerminkan bahwa semakin baiknya pelayanan dari segi kualitas pelayanan, harga, dan citra penginapan maka akan memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan.

**E. DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, Samsul. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. Diakses tanggal 18 April 2021.
- Bailia, Jefry F.T, Agus Supandi Soegoto, & Sjendry S.R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di kota Manado. Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2 No.3 September 2014. Diakses tanggal 6 April 2021.
- Buchory, Herry. Achmad. dan Djaslim Saladin. 2010. Manajemen Pemasaran. (Teori Aplikasi dan Tanya Jawab). Penerbit Linda Karya. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, Edy. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.3 September 2013. Diakses tanggal 6 April 2021
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Kotler, Philip. 2012. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. BPEE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. dan Gary. Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Moha, Sartika, Sjendry Loidong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado. Diakses tanggal 28 Mei 2021.
- Pujawan, I. Nyoman. 2010. Supply Chain Management. Edisi kedua. Guna Widya. Surabaya
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sulastiyono, Agus. 2011. Manajemen Penyelenggara Hotel. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi pertama. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2004, Strategi Pemasaran, Andi offset, Yogyakarta.