

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL HORISON
URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

JELSY PAULINA

11150023

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGAJUAN

Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL HORIZON
URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S1)

Disusun Oleh:

Jelsy Paulina

11150023

Program Studi: Manajemen

DU TA WACANA

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL
HORISON URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA.**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JELSY PAULINA

11150023

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 27 Mei 2019

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM

(Ketua Tim Penguji)

2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Pembimbing/Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



DUTA WACANA

Yogyakarta, 13 JUN 2019

Disahkan Oleh :

Dekan,



(Dr. Singgih Santoso, MM)

Wakil Dekan I Manajemen,



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jelsy Paulina

Nim : 11150023

Jurusan : Manajemen (Pemasaran)

Fakultas : Bisnis

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAPKEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL HORISON URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yaitu pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 Mei 2019



Jelsy Paulina

11150023

HALAMAN MOTTO

(Mazmur 118:18)

TUHAN telah menghajar aku dengan keras, tetapi Ia tidak menyerahkan aku kepada maut.

(Filipi 4 : 13)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku

(1 Tesalonika 5 : 18)

Jangan tunggu Berkat Tuhan baru Mengucap Syukur

(Roma 12 : 12)

Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa !

“Make your parents proud, your enemies jealous, and yourself happy”

(Buatlah orang Tua mu bangga, musuhmu cemburu dan dirimu bahagia)

“Beautiful personality is greater than a beautiful face”

(kepribadian yang baik lebih besar dari pada wajah yang cantik)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, akal budi, semangat dan kesehatan sehingga penulis bisa menulis laporan skripsi dan bisa selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Wakil Dekan Bid.Akademik Manajemen
3. Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM sebagai dosen yang telah membantu dan memberikan waktunya untuk mengajari penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik
5. Kedua orang tua Papa Ferry Nasir dan Mama Stella Rahayu yang telah mendidik, menasehati dan telah bekerja keras dalam memenuhi semua kebutuhan penulis selama penulis menjalani study di Yogyakarta hingga selesai
6. Kakak Wiwie Sri Irianty yang selalu mensupport penulis, Adik Richardo Samuel Bolang dan Angela Rahel Christiani yang telah menjadi penyemangat bagi penulis
7. Seluruh keluarga besar yang ada di Manado dan disorong yang selalu memberikan dukungan serta doa
8. Seluruh sahabat, Citra Sudiro Natalia, Ayu Sulistyoningsih, Kiki Rizky Amalia, Leons Thalia A.L, Jesi Prissilia, Sefriany Putri, Shianny Simadhinata dan Nenchy Renda yang selalu menjadi teman penulis hingga sampai sekarang dan selalu ada saat penulis butuhkan.
9. Seluruh teman-teman semasa penulis kuliah, Wayan Jeni D, Jonasita R.F.T, Rionaldy Dispicorpio Manumpil, Chrsiti N Paparang, Grace Torry dan semua teman-teman angkatan manajemen 2015
10. Semua teman-teman dan kenalan yang tidak bisa disebutkan satu persatu

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan pimpinan-Nya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta”** yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan laporan. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mengalami banyak hambatan. Setiap hari dimana penulis harus membagi waktu dengan kegiatan yang lain serta target yang harus diselesaikan dalam penyusunan skripsi ini. Hambatan-hambatan dapat di lalui penulis dengan dukungan orang tua yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa. Penulis mengucapkan syukur bisa melewati semua hambatan-hambatan ini atas berkat, kekuatan dan pengharapan yang penulis dapatkan dari Tuhan Yesus Kristus. Hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 2019

Jelsy Paulina

DAFTAR ISI

HALAMA JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKS	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Masalah	6
1.5 Batasan Masalah	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Definisi Hotel	8
2.2 Pengertian Persepsi Harga	9
2.2.1 Penetapan Persepsi Harga	10
2.2.2 Indikator Persepsi Harga	14
2.2.5 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen	15
2.3 Pengertian Fasilitas	15
2.3.1 Strategi Pokok Fasilitas	16
2.3.2 Indikator Fasilitas	17
2.3.3 Fasilitas Hotel	20
2.3.4 Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen	22

2.4 Kualitas Layanan	24
2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan	24
2.4.2 Indikator Kualitas Layanan	24
2.4.3 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen	26
2.5 Lokasi	26
2.5.1 Pengertian Lokasi	26
2.5.2 Indikator Lokasi	27
2.5.3 Hubungan Lokasi dengan Kepuasan Konsumen	28
2.6 Pengertian Kepuasan Konsumen	29
2.6.1 Tipe-Tipe Kepuasan Konsumen	31
2.6.2 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen	32
2.6.3 Faktor Kepuasan Konsumen	33
2.6.4 Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	33
2.6.5 Manfaat Konsumen	34
2.6.6 Mengukur Kepuasan Konsumen	36
2.7 Penelitian Terdahulu	37
2.8 Kerangka Penelitian	39
2.9 Pengembangan Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Sumber Data	42
3.2.1 Pengumpulan Data	43
3.2.2 Pengukuran Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	44
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.4.1 Variabel Penelitian	46
3.4.2 Definisi Operasional	46
3.5 Metode Analisis Data	49
3.5.1 Teknik Pengolahan Data	49
3.5.2 Uji Instrumen Data	50

3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Analisis Deskriptif	51
3.7 Pengujian Hipotesis	51
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.7.3 Uji t	53
3.7.4 Uji F	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Ojek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta	55
4.1.2 Visi dan Misi Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta	57
4.1.3 Fasilitas Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta	57
4.2 Hasil Uji Kualitas Data Penelitian	60
4.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.3 Hasil Analisis Data	63
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif	63
4.4 Uji Hipotesis	67
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.4.3 Uji F	70
4.4.4 Uji t	71
4.5 Pembahasan	74
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	74
4.5.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	75
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	76
4.5.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.2.1 Jumlah Sampel	80
5.2.2 Variabel yang diteliti	80

5.2.3 Pertanyaan dan jawaban tertutup	80
5.3 Saran	81
5.3.1 Bagi Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta	81
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86

©UKDWN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Skala Likert/Skor Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	60
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	66
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 4.9 Uji F.....	71
Tabel 4.10 Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	39
-------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2	Data Responden.....	90
Lampiran 3	Karakteristik Responden	92
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	96
Lampiran 6	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	97
Lampiran 7	Hasil Uji F.....	98
Lampiran 8	Hasil Uji t	99
Lampiran 9	Tabel r	100
Lampiran 10	Kartu Konsul Skripsi	101
Lampiran 11	Formulir Revisian Judul Skripsi	102

ABSTRAK

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL HORIZON URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan orang-orang yang pernah menginap di Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling* dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara variabel bebas, yaitu Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen, digunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji R^2 , Uji t dan Uji F. Nilai $R^2 = 0,387$, artinya sebesar 38,7% Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi), sedangkan 61,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Pada uji t diperoleh hasil pengaruh secara parsial dari tiga variabel bebas terhadap variabel terikat; Persepsi Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada hasil pengujian menunjukkan nilai sig. Uji F sebesar 0,000 artinya secara simultan, variabel Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

"THE EFFECT OF PERCEPTION OF PRICES, FACILITIES, QUALITY OF SERVICES AND LOCATIONS ON CONSUME'R SATISFACTION IN URIP SUMOHARJO HORIZON HOTEL, YOGYAKARTA"

This study aims to determine the effect of perceptions of price, facilities, service quality, and location on consumer satisfaction at Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta. The respondents of this study were 100 people who were people who had stayed at the Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta. Sampling using the Convenience Sampling technique in this study.

The gather data techniques is done by distributed the questionnaire that tested its validity and reliability. Whereas for test that there is a significant influence between the independent variables, namely Price, Facilities, Service Quality and Location Perceptions of the dependent variable namely Costomer Satisfaction, used Multiple Linear Regression Analysis method is used with R2 Test, t Test and F Test R2 Value = 0.387, meaning 38.7% Consumer Satisfaction can be explained by independent variables (Perception of Price, Facilities, Service Quality and Location), whereas 61.3% can be cleared that the other factors which did not examined. In the t test, the results of partial influence of the three independent variables are obtained on the dependent variable; Price, Facility and Service Quality Perceptions have a significant effect on customer satisfaction and Location has no effect on customer satisfaction. While the test results show the value of sig. F test of 0,000 means simultaneously, the Perception of Price, Facilities, Service Quality and Location variables have a significant effect on Consumer Satisfaction.

Key Words : Perception of Price, Facilities, Service Quality, Location and Consumer Satisfaction

ABSTRAK

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL HORIZON URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan orang-orang yang pernah menginap di Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling* dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara variabel bebas, yaitu Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen, digunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji R^2 , Uji t dan Uji F. Nilai $R^2 = 0,387$, artinya sebesar 38,7% Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi), sedangkan 61,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Pada uji t diperoleh hasil pengaruh secara parsial dari tiga variabel bebas terhadap variabel terikat; Persepsi Harga, Fasilitas dan Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada hasil pengujian menunjukkan nilai sig. Uji F sebesar 0,000 artinya secara simultan, variabel Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

"THE EFFECT OF PERCEPTION OF PRICES, FACILITIES, QUALITY OF SERVICES AND LOCATIONS ON CONSUME'R SATISFACTION IN URIP SUMOHARJO HORIZON HOTEL, YOGYAKARTA"

This study aims to determine the effect of perceptions of price, facilities, service quality, and location on consumer satisfaction at Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta. The respondents of this study were 100 people who were people who had stayed at the Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta. Sampling using the Convenience Sampling technique in this study.

The gather data techniques is done by distributed the questionnaire that tested its validity and reliability. Whereas for test that there is a significant influence between the independent variables, namely Price, Facilities, Service Quality and Location Perceptions of the dependent variable namely Costomer Satisfaction, used Multiple Linear Regression Analysis method is used with R2 Test, t Test and F Test R2 Value = 0.387, meaning 38.7% Consumer Satisfaction can be explained by independent variables (Perception of Price, Facilities, Service Quality and Location), whereas 61.3% can be cleared that the other factors which did not examined. In the t test, the results of partial influence of the three independent variables are obtained on the dependent variable; Price, Facility and Service Quality Perceptions have a significant effect on customer satisfaction and Location has no effect on customer satisfaction. While the test results show the value of sig. F test of 0,000 means simultaneously, the Perception of Price, Facilities, Service Quality and Location variables have a significant effect on Consumer Satisfaction.

Key Words : Perception of Price, Facilities, Service Quality, Location and Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era pembangunan yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dan industri telah banyak mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Perusahaan harus dapat memberikan kepada pelanggan barang atau jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai, pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya dan tentu lokasi yang strategis untuk di jangkau oleh para konsumen.

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003). Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Pada hakikatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual.

Menurut Oliver dalam Supranto (2007) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas, harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lainnya yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Berkembangnya hotel-hotel berbintang saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat penginapan modern, yang salah satunya adalah Hotel Horison Urip Sumoharjo yang bertempat di Yogyakarta, yang biasa mempunyai sebutan Daerah

Istimewa Yogyakarta, yang senantiasa ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya, misalnya kamar VIP yang dilengkapi dengan ruang tamu, serta setiap kamar disediakan alat pengering rambut (*hair dryer*) dan ada beberapa kamar yang menghadap ke pemandangan alam saat sore hari seperti dapat melihat sunset, kelancaran air, kenyamanan, harga dan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen dan memuaskan merupakan misi utama bagi sebuah hotel dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Promosi kualitas jasa yang ditawarkan dengan harga murah didukung dengan fasilitas juga menjadi modal utama untuk menarik kepuasan konsumen dalam menginap.

Konsumen dalam menginap juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang strategis apalagi lebih dekat dengan beberapa area penunjang bagi konsumen seperti bioskop, tempat billiar, tempat club dan juga mall yang akan dikunjungi oleh konsumen apabila konsumen jenuh atau bosan berada didalam kamar hotel.

Berdasarkan penelitian yang sudah-sudah mengenai harga diambil kesimpulan bahwa dengan harga yang relatif kecil atau dibawah harga standar yang ditawarkan kepada konsumen, ternyata banyak perusahaan yang mengalami keuntungan dari segi penjualan. Tetapi, semua itu didasarkan pada kualitas produknya. Biasanya, perusahaan yang menjalankan usaha dibidang manufaktur tidak terlalu menfokuskan diri pada kegiatan-kegiatan yang sering melibatkan orang banyak, antara produsen dan konsumen. Menurut Dimiyati (1992 : 28) mendefinisikan hotel sebagai suatu bangunan atau sebagai bangunan yang

disediakan untuk setiap orang yang menginap, maka dia dapat memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran.

Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning, service, dan lain-lain. Alasannya mengapa penulis memilih persepsi harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi sebagai variabel bebas adalah karena penulis ingin melihat seberapa jauh harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menginap di hotel, baik sebelum menginap maupun setelah menginap. Fasilitas yang memadai di hotel yang akan berpengaruh terhadap kepuasan para konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menginap di hotel. Juga lokasi yang menjadi salah satu faktor yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam memilih untuk menginap di Hotel ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul : **“Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pernyataan yang lengkap dan terinci mengenai ruang lingkup masalah yang diteliti berdasarkan batasan masalah. Dari latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta ?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tidak akan pernah lepas dari suatu tujuan karena menentukan tujuan merupakan langkah awal yang ditempuh dalam pelaksanaan penelitian sehingga dapat menyusun suatu penulisan yang terencana dan terarah.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini atau skripsi ini menambah ilmu mengenai persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian untuk perluasan pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan faktor mana yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk dan untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Selain menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Karena luasnya penelitian tentang kepuasan konsumen, maka penelitian ini dibua batasan agar penelitian tetap konsisten. Adapun batasan penelitian yang ada adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan hanya pada Hotel Horison yang terletak di jalan Urip Sumoharjo yogyakarta
2. Responden adalah masyarakat yang pernah menginap di Hotel Horison Urip Sumoharjo

3. Waktu penelitian dilaksanakan Februari 2019 sampai dengan selesai
4. Jumlah responden 100 orang
5. Variabel yang di teliti dalam mengenai persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

©UKDW

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan Pengaruh persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta., maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil demografik profil responden diperoleh bahwa karakteristik responden berdasarkan gender yang paling banyak adalah responden laki-laki dengan 51 responden (51%) dan yang berikutnya responden pria sebanyak 49 responden (49%), karakteristik berdasarkan usia terbanyak adalah usia >24-30 Tahun dengan 55 responden (55%) dan yang paling sedikit adalah usia 18 Tahun sebanyak 3 responden (3%), karakteristik berdasarkan pekerjaan yang paling banyak sebagai pegawai swasta sebanyak 43 responden (43%) dan yang paling sedikit sebagai mahasiswa 6 responden (6%), karakteristik berdasarkan pengeluaran perbulan yang paling banyak adalah pengeluaran >3 juta – 5 juta sebanyak 44 responden (44%) dan yang paling sedikit pengeluaran 1 juta yaitu 9 responden (9%)
2. Pengaruh persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen yang di uji secara parsial diketahui bahwa variabel paling besar mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan (X_3) sebesar 0,828 (83%). Sementara variabel persepsi harga (X_1) sebesar 0,798 (80%), fasilitas (X_2) sebesar 0,802 (80%), dan lokasi (X_4) sebesar 0,804 (80%).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian agar bermanfaat pada penelitian mendatang. Keterbatasan dapat dijelaskan berikut :

5.2.1 Jumlah Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dimana peneliti saat melakukan penelitian memberikan kuisisioner kepada kosnumen yang menginap ke Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta (HUSY) di jl. Urip sumoharjo Yogyakarta. Dan sampel yang diteliti berjumlah 100 orang atau konsumen dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.

5.2.2 Variabel yang diteliti

Terdapat 4 variabel bebas atau independen yang diteliti yaitu variabel persepsi harga, fasilitas, kualitas layanan dan lokasi, sedangkan variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen masih sangat banyak yang tidak dipilih oleh peneliti. Misalnya varibel citra perusahaan, strategi promosi perusahaan, atau aspek emosional konsumen.

5.2.3 Pertanyaan dan jawaban tertutup

Untuk pertanyaan dalam penelitian ini berjumlah 25 pertanyaan dan kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang pernah menginap di Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta memiliki jawaban yang bersifat tertutup, sehingga responden hanya bisa menjawab dengan terbatas sesuai jawaban yang tertera pada kuesuioner.

5.3 Saran

Selanjutnya saran yang dapat disampaikan melalui penelitian ini diantaranya :

5.3.1 Bagi Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta

1. Harga yang ditentukan oleh Hotel Horison Urip Sumoharjo perlu dipertahankan sesuai dengan fasilitas dan kualitas layanan yang dinikmati oleh konsumen. Karena harga yang ditentukan oleh Hotel sesuai dengan persepsi dari masing-masing konsumen sehingga dapat dijangkau.
2. Fasilitas yang disediakan oleh Hotel Horison Urip Sumoharjo perlu selalu diperhatikan dan diperbaharui supaya dapat mempertahankan tingkat kenyamanan konsumen agar konsumen yang menginap di Hotel Horison Urip Sumoharjo merasa puas. Cara yang dapat dilakukan agar dapat ditingkatkan melalui penambahan item atau diferensi fasilitas, peningkatan kualitas fasilitas, dan penambahan lain yang dapat dinikmati secara gratis ketika menginap.
3. Kualitas Layanan yang diberikan Hotel Horison Urip Sumoharjo ditingkatkan agar dapat mempertahankan kepuasan konsumen ketika menginap di Hotel ini. Upaya untuk meningkatkan kehandalan, kompetensi, kesopanan dan kemampuan karyawan dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan pelayanan dan pengembangan kepribadian karyawan yang dilakukan intensif dan Continue. Sementara dalam rangka meningkatkan kredibilitas layanan hotel dapat dilakukan melalui kegiatan branchmarketing dengan perusahaan sebidang dengan predikat kelas lebih tinggi, pelatihan manajerial bagi manajemen hotel, dan

menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk memberikan kemudahan-kemudahan sebagai bentuk peningkatan pelayanan.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk dapat menambah variabel independen lainnya selain variabel yang telah diteliti oleh peneliti yang tentunya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen misalnya, aspek emosional, promosi, citra perusahaan, strategis untuk mempertahankan perusahaan dan lain-lain agar dapat lebih melengkapi penelitian ini karena diketahui masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Surachlan Dimiyanti.2002.*Pengetahuan Dasar Perhotelan*.Jakarta: CVDevire Sanan
- Aan, Surachlan Dimiyati.1992. *Manajemen Jasa*. Bandung:Alfabeta
- Adi, Albert Ferry Rostya.*Analisa Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lempersari Semarang)”*
- Alma, Buchari.2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Agung, I Gusti Ngurah.2014.*Manajemen Penyajian Analisis Data Sederhana: Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi yang Bermutu”*. Cetakan Pertama. Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada.
- Citra, Maria, Nawazirul Lubis & Nurseto Sendhang.2013. *Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Blackberrrt Internet Service Provider Telkomsel (Studi Kasus Pada 100 Pengguna Blackberry Internet Service Provider Telkomsel di Kota Semarang)*. Diponegoro journal of social and politic. Universitas Diponegoro.Semarang
- Diandaris Nurhandika Rahman. 2013.*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*. Jurnal Majemen Fakultas Ekonomi. Univesitas Negeri Semarang. Semarang.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosri*. Fakultas Ekonomi Univeristas Diponegoro Semarang
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gulo, W.2010.*Metodologi Penelitian*. Cetakan keenam. Jakarta:PT. Grasindo.
- Guntur, Muh Alting.2010.*Asas-Asas Multiplane Researches dan Penerapannya*. Cetakan Pertama.Yogyakarta: Tiara Wacana Kopen Utama.
- Hadian, Dian.*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Hotel Bintang Tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut)*, Vol.1 ISSN :2549-872X.
- Hasan, Ali.2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Utama
- J. Staton, William.2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 7 Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.

- Komar, Richard.2014. *Hotel Management*. Cetak ulang revisi. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.2012. *Marketing Management*. Edisi 14, berilustrasi. Pearson
- Kotler, Philip & Gary Amstrong.2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*.Jilid 2. Jakarta : Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gray.2008.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi 12, jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kurniawati, Eka.2009. *Analisis pengaruh harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menginap di hotel pondok sari 2 tawangmangu*. Skripsi Universitas Muhammadiyah surakarta
- Leslie.2004. *Measuring Customer Satisfaction (Cetakan Ketiga)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani.2011.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2.Jakarta: Salemba Empat.
- Loindong, Sartika Moha Sjendry.2016.*Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado*. Vol.4 No.1.ISSN 2303-1174, Jurnal EMBA.
- Lyhe, John F., 1996, *Cara Jitu memuaskan pelanggan*, Jakarta:Abdi tandur.
- Martono Nanang.2011.*Metode Penelitian Kuantitatif. Isi dan Analisis Data Sekunder*.Edisi Revisi. Cetakan ke-2.Jakarta: Rajawali Pers.
- Pane, Ahmad Mansyur.2017.*Pengaruh Layanan, Fasilitas, Harga, Dan, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal*, Jurnal Universitas Syarif Hidayatullah.
- Priyatno, Duwi.2013. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, Cetakan 1 Yogyakarta : Penerbit Mediakom
- Riduwan, dan akdo. 2013. *Rumus dan data dalam analisis statistika*. Cetakan kelima. Bandung: Alfabeta.
- Saebani, Beni Ahmad.2008. *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supranto, Johannes.2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Suparnto, Johannes.2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta

Swasta, B. Dan Sukotjo.2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI

Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi offset.

Winardi.1991.*Marketing dan Perilaku Konsumen*.Bandung:Mundur maju.

Yoeti, H. Oka A.2003.*Manajemen Pemasaran Hotel*. Jakarta: PT. Perca.

Zeithaml, Valeria A. & Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Edisi 3, berilustrasi. Pennsylvania State University: McGraw-Hill/Irwin

(<https://etalasepustaka.blogspot.com/2016/05/definisi-dan-indikator-kualitas-pelayanan-publik.html> di akses 12 februari 2019)

(http://eprints.uny.ac.id/55626/1/RizqiFawzi_12808141054.pdf)

(<http://eprints.ums.ac.id/5006/1/A210050173.pdf> diakses 12 februari 2019)

(<http://eprints.umpo.ac.id/389/1/hal%20depan%20-bab%201%20luky.pdf> diakses 04 maret 2019)

<https://eprints.uns.ac.id/4205/1/154202108201011351.pdf> diakses 04 maret 2019)

(<http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> diakses 07 april 2019)