***The Effect Of Room Price, Facilities, And Quality Of Service On Guest Satisfaction Stay At Labersa Hotel In Toba Regency***

***Robert Deffie1, Booni Tauhid2, Handoko3***

***1***Politeknik Pariwisata Medan

Coresspondance : Robbert Deffie

email : <deffierobert@gmail.com>

DOI : <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i1.324>

***ABSTRACT***

*Guests who come and visit need interesting tourist attractions in an area will need good accommodation facilities. a very promising business field because the public, guests and state apparatus who go to an area for work or entertainment are in dire need of lodging or hotel services.*

*The approach and type of research is based on a quantitative approach with descriptive research type. The sampling is purposive sampling with a sample of 100 hotel guest respondents staying at the Labersa Balige Hotel. The results show that room rates and facilities have a significant impact on positive and significant effect on guest satisfaction. Service quality has a negative and insignificant effect on guest satisfaction at Hotel Labersa. Based on F test results that facilities, room prices and service quality simultaneously affect guest satisfaction at Hotel Labersa., service quality, guest satisfaction at Hotel Labersa.*

*The results showed that simultaneously from the results of the F test 96.31% of the facilities, room prices, and services had a positive and significant impact on guest satisfaction Staying. Service quality has a negative and insignificant effect on guest satisfaction at Hotel Labersa. Based on the results of the t-test -0.703 with a significant level of 0.484 that the quality of service partially has a negative effect on guest satisfaction staying at Hotel Labersa.*

***Keywords:******Room rates, facilities, service quality, guest satisfaction***

**Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan**

**Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Pada Hotel Labersa Di Kabupaten Toba**

**ABSTRAK**

*Tamu yang datang dan berkunjung membutuhkan tempat-tempat wisata yang menarik di suatu daerah akan membutuhkan sarana akomodasi yang baik. Salah satu sarana akomodasi tersebut adalah hotel yang mana sudah menjadi sebuah bidang bisnis yang sangat menjanjikan karena masyarakat, tamu maupun aparatur negara yang pergi ke suatu daerah untuk urusan pekerjaan atau hiburan sangat membutuhkan jasa penginapan atau hotel.*

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, harga kamar, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige.*

*Pendekatan dan jenis penelitian berdasarkan pendekatan kuantitatif dengan jeni spenelitian deskriptif. Pengambilan sampel secara purpose sampling dengan sampel responden tamu hotel 100 tamu menginap pada Hotel Labersa Balige.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dari hasil Uji F 96,31 % terhadap fasilitas, harga kamar, dan pelayanan bepengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Labersa. Berdasarkan hasil uji t -0,703 dengan tingkat signifikan 0,484 bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh negatif terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Labersa.*

***Kata Kunci****:* ***Harga kamar, fasilitas, kualitas pelayanan, kepuasan tamu***

**PENDAHULUAN**

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki. Hal tersebut merupakan aspek sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan tamu hotel. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk 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.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan penting dalam menjaring konsumen. 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 terhadaphotel.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, perumusan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana fasilitas berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige?
2. Bagaimana harga kamar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh siginfikan terhadap Kepuasan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige?
4. Bagaimana fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh siginfikan terhadap Kepuasan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige?

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Teori *Marketing Mix***

Pemasaran menurut Kotler (2002) menyatakan “suatu proses sosial manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”. Menurut Umar (2002), menyatakan: bahwa “pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat intangible dan immaterial dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen”. Menurut Lovelock dan Wright (2007) menyatakan: bahwa “pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki semua bentuk kontak dengan pelanggannya, mulai dari periklanan hingga penagihan hal ini mencakup kontak yang dilakukan pada saaat penyerahan jasa”. Pengertian *marketing mix* menurut Swastha (2006) adalah:“Kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan system distribusi”.

## Pengertian dan Karakteristik Jasa

Pengertian jasa, menurut Lovelock dan Wright (2007) yang menyatakan bahwa:” Tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi konsumen dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima”. Sedangkan Kotler dalam Tjiptono (2002) mendefenisikan “Jasa yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

## Fasilitas

Menurut Lupioadi, (2008: 148) Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja. Menurut Tjiptono (2006:43) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan presepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, presepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Menurut Zakiah Daradjat (2012:230) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Suryo Subroto (2013:22) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen. Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas ada enam, yaitu pertimbangan, perencanaan ruangan, perlengkapan / perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung. Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas Menurut Nirwana (2014 47) adalah Desain Fasilitas, Nilai Fungsi, Estetika, Kondisi yang mendukung, dan Peralatan penunjang. Menurut Tjiptono (2014, h.318) indikator fasilitas ada enam, yaitu pertimbangan / perencaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan / perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung.

## Harga Kamar

Menurut Kotler dan Keller (2008:31) harga adalah mengatakan harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.Sumarni (Yuwananto, 2011:14). Menurut Machfoedz (2005:139) “tujuan penetapan harga meliputi orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; dan orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan memperta hankan atau mengembangkan pangsa pasar”.

## Kualitas Pelayanan

Kualitas telah menjadi satu tahap universal dan menjadi faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, Menurut Tjiptono (2012:4) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service.* Menurut Sedarmawati (dalam Panjaitan, 2016:7), pelayanan jika dilihat dalam kaitannya dengan pelayanan umum dapat diartikan sebagai suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang.Hal senada juga diungkapkan oleh Sutopo yang mengemukakan bahwa pengertian pelayanan adalah “membantu menyiapkan (atau mengurus) apa yang diperlukan seseorang (Sutopo, 2002:25)

## Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Fasilitas

(X1)

Kepuasan Tamu Menginap

(Y)

Harga Kamar

(X2)

Kulalitas Pelayanan

(X3)

Gambar.. Kerangka Konseptual Penelitian,2021

**METODOLOGI**

**Pendekatan Dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan survey, adalah kegiatan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai fakta-fakta yang merupakan pendukung terhadap penelitian, dengan maksud untuk mengetahui status, gejala, menentukan kesamaan status dengan cara membandingkan dengan standard yang sudah dipilih dan atau ditentukan (Arikunto, 2005). Singarimbun dan

Effendi (1995) menyatakan bahwa,”Penelitian *Survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk,harga dan promosi terhadap keputusan tamu menginap pada Hotel Labersa Balige di Kabupaten Toba. Menurut Sugiyono (2006), penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah berdasarkan seluruh tamu yang mengunjungi dan menginap di Hotel Labersa. Data perhitungan untuk penelitian adalah dari rata-rata tingkat kunjungan tamu pada tahun 2020. Dengan jumlah sampel yang di ambil sebanyak 100 orang. Tehnik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara *accidental sampling*.

## Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independen/variabel bebas yaitu fasilitas (X1), harga kamar (X2) dan kualitas pelayanan (X3).
2. Variabel dependen/variabel terikat yaitu terdiri dari Keputusan tamu (Y)

## Model Analisis Data

### **Model Analisis Data Hipotesis Pertama**

Metode analisis data yang akan digunakan untuk menjawab hipotesis pertama adalah analisis regresi berganda, dengan formulasi sebagai berikut :

**= a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3+ e**

di mana : **** = Kepuasan Tamu Menginap

X1 = Fasilitas

X2 = Harga Kamar

X3 = Kualitas pelayanan

a = Konstanta

b1-b3 = Koefisien regresi variabel

e = *erorr of term* (variabel yang tidak terungkap)

Pengujian statistik dengan metode regersi berganda. Langkah-langkah yang digunakan dalam model analisis regresi berganda adalah melakukan uji signifikasi yaitu :

1. Uji Serempak dilakukan dengan F-test, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Ho: b1,b2, b3  = 0 (Fasilitas,harga kamar dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan tamu menginap).

Ha: b1,b2, b3  = 0 (Fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan tamu menginap).

Ketentuan tersebut memberikan pengertian bahwa hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak didasarkan pada statistik F (F-test). Jika F hitung < F-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, sebaliknya jika F-hitung > F-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

1. Uji Parsial (t-test), dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Ho: b1,b2, b3  = 0 (Fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan tamu menginap).

Ha: b1,b2, b3  = 0 (Fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan tamu menginap).

Ketentuan tersebut memberikan pengertian bahwa hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak didasarkan pada statistik t (t-test). Jika t hitung < t-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, sebaliknya jika t-hitung > t-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

## Gambaran Umum Hotel Labersa Balige

Pada tahun 2001 PT Merek Indah Lestari, Bersama dengan perusahaan investasi Singapura menemukan sebidang padang rumput di Jalan Raya Merek-Sidikalang, Kabupaten Karo. Sebidang padang rumput ini belum dimanfaatkan, mereka melihat adanya potensi pariwisata yang dapat dikembangkan di Kawasan ini karena didukung dengan keindahan alam dan udara yang sejuk. PT Merek Indah Lestari dan perusahaan investasi Singapura merencanakan untuk mengelola sebidang padang rumput tersebut menjadi sebuah objek wisata.

Resort pegunungan ini dibangun untuk memperkenalkan cara baru dan unik untuk hidup secara holistik. Dengan memanfaatkan pertanian organik dan kebun buahnya, perkebunan teh dan kopi, dan berbagai akomodasi yang memungkinkan pengunjung merasa lebih dekat dengan alam. Luas area kawasan wisata ini mencapai 206 hektar (ha) dengan lebih dari 25 hektar (ha) telah ditanami tanaman buah jeruk, biwa, markisah, terong belanda, alpukat. Pada objek wisata Hotel Labersa menyediakan fasilitas seperti tempat untuk makan dan minum yang dapat di nikmati pengunjung di area *Resort*. Objek wisata Hotel Labersa juga mendirikan pos penjagaan serta petugas jaga yang siap melayani 24 jam sehari untuk menjaga keamanan dan kenyamanan tamu.

Hotel Labersa kebersihannya sangat terjaga dengan baik, dimana tersedianya tempat sampah, petugas kebersihan, standar pengolahan yang baik dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Tersedianya berbagai fasilitas dan pengembangan kawasan pertanian dan keindahan alam tersebut menambah kunjungan tamu.Ide utama mereka adalah menfaatkan keindahan alam Danau Toba yang merupakan danau terluas dan terdalam di Asia Tenggara. *Resort* ini juga dibangun untuk menyediakan atraksi berbasis alam yang menawarkan kepada pengunjung kesempatan untuk mengalami kegiatan pertanian dan holtikultura yang merupakan tulang pegunungan perekonomian Indonesia.

### **Profil Responden**

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel X1, 5 pernyataan untuk variabel X2, 17 pernyataan untuk variabel X3, dan 9 pernyataan untuk variabel Y, dimana yang menjadi variabel X1 adalah atraksi wisata, yang menjadi variabel X2 adalah fasilitas, yang menjadi variabel X3 adalah kualitas pelayanan, dan yang menjadi variabel Y adalah kepuasan tamu.

Kuesioner ini akan diberikan kepada 100 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *Skala Likert* dengan menggunakan *google form* sebagai media distribusinya, yakni Sangat Setuju (SS) 5, Setuju (S) 4, Kurang Setuju (KS) 3, Tidak Setuju (TS) 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1.Dalam menghitung variabel X1, X2, dan X3 yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (kepuasan tamu). Dengan demikian skor kuesioner dimulai dari skor 5 sampai 1. Data-data yang telah diperoleh dari kuesioner akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 100 orang. Adapun dari ke-100 responden tersebut identifikasi datanya disajikan sebagai berikut.

Bahwa responden yang berjenis kelamin pria adalah sebanyak 42 orang (42%) dan responden yang berjenis kelamin wanita adalah sebanyak 58 orang (58%). Bahwa usia responden berkisar 21-30 tahun yaitu berjumlah 17 orang (17%), tamu yang berusia 31-40 tahun yaitu 25 orang (25%), tamu yang berusia 41-50 tahun yaitu 40 orang (40%), dan tamu yang di atas 50 tahun yaitu sebanyak 18 orang (18%).

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengetahui pengaruh Harga kamar, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu dilakukan dengan uji regresi berganda dari hasil pengolahan data SPSS, berikut ini.

**Tabel Analisis Regresi Linier Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Correlations | | |
| B | Std. Error | Beta | Zero-order | Partial | Part |
| 1 | (Constant) | 3,939 | 2,306 |  | 1,709 | ,091 |  |  |  |
| Harga kamar | 1,194 | ,080 | ,826 | 14,873 | ,000 | ,862 | ,835 | ,758 |
| Fasilitas | ,206 | ,123 | ,103 | 1,678 | ,097 | ,407 | ,169 | ,086 |
| KualitasPelayanan | -,019 | ,027 | -,040 | -,703 | ,484 | ,088 | -,072 | -,036 |
| a. Dependent Variable: KepuasanTamu | | | | | | | | | |

Sumber: *Data Penelitian* (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 3,939 + 1,194 X1 + 0,206 X2 – 0,019 X3

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,939 menyatakan apabila variabel atraksi wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variabel dependen kepuasan tamu sebesar 3,939.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga kamarsebesar 1,194 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel atraksi naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu kepuasan tamu akan naik juga sebesar 1,194 begitupun sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas adalah sebesar 0,206 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel fasilitas naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu kepuasan tamu akan naik juga sebesar 0,206.
4. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar -0,019 dan bernilai negative yang berarti apabila variabel kualitas pelayanan turun sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu kepuasan tamu akan meningkat sebesar -0,019 begitupun sebaliknya.

**Pengujian Secara Parsial (Uji t)**

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel Coefficients Uji t**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Correlations | | |
| B | Std. Error | Beta | Zero-order | Partial | Part |
| 1 | (Constant) | 3,939 | 2,306 |  | 1,709 | ,091 |  |  |  |
| Harga kamar | 1,194 | ,080 | ,826 | 14,873 | ,000 | ,862 | ,835 | ,758 |
| Fasilitas | ,206 | ,123 | ,103 | 1,678 | ,097 | ,407 | ,169 | ,086 |
| KualitasPelayanan | -,019 | ,027 | -,040 | -,703 | ,484 | ,088 | -,072 | ,036 |
| a. Dependent Variable: KepuasanTamu | | | | | | | | | |

Sumber: *Data Penelitian* (diolah), 2021

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel di atas dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

* 1. Pengujian Hipotesis Satu (H1)

Pengujian pertama dalam penelitian ini untuk menguji apakah harga kamarberpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai thitung untuk variabel harga kamar14,873 > ttabel 1,660 dan nilai signifikan 0,000 < dari alpha 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel harga kamar berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu.

* 1. Penguji Hipotesis Kedua (H2)

Pengujian kedua dalam penelitian ini untuk menguji apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai thitung untuk variabel fasilitas 1,678 > ttabel 1,660 dan nilai signifikan 0,097 > dari alpha 0,05 maka H0 ditolak dan H2 diterima, dengan demikian secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan tamu.

* 1. Penguji Hipotesis Ketiga (H3)

Pengujian ketiga dalam penelitian ini untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai thitung untuk variabel kualitas pelayanan -0,703 yang memiliki arah negatif dengan dengan tingkan signifikan sebesar 0,484 yang berarti lebih besar dari alpha 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki arah yang negatif dan tidak signifikan dengan kepuasan tamu. Maka H0 diterima dan H2 ditolak, dengan demikian secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan tamu.

**Pengujian Secara Simultan (Uji F)**

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu secara bersama-sama. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel pada tingkat signifikan α **=** 5%. Hasil pengujian secara simultan dari aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel Uji F**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1914,084 | 3 | 638,028 | 96,313 | ,000b |
| Residual | 635,956 | 96 | 6,625 |  |  |
| Total | 2550,040 | 99 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: KepuasanTamu | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, AtraksiWisata, Fasilitas | | | | | | |

Sumber: *Data Penelitian* (diolah), 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu.

Pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai Fhitung sebesar 96,313 > Ftabel sebesar 2.699. Dengan demikian dapat diambil keputusan H0 ditolak dan H4 diterima, artinya bahwa secara simultan variabel fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu secara simultan pada tingkat kepercayaan 95%.

**Pengujian Koefisien Determinasi (R2)**

Koefisien determinasi (R2) merupakan severapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | |
| R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | ,866a | ,751 | ,743 | 2,574 | ,751 | 96,313 | 3 | 96 | ,000 |
| a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, AtraksiWisata, Fasilitas | | | | | | | | | |
| b. Dependent Variable: KepuasanTamu | | | | | | | | | |

Sumber: *Data Penelitian* (diolah), 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,743. Artinya 74,3% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara simultan, sedangkan 35,7% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain.

### **Pengaruh Harga kanar terhadap Kepuasan Tamu**

Interpretasi hasil variabel independen X1 (harga kamar) dengan variabel dependen Y (kepuasan tamu) memiliki koefisien determinasi (R *Square*) 0.743, menunjukkan pengertian bahwa kepuasan tamu (Y) dipengaruhi 74,3% oleh variabel harga kamar(X1), sedangkan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen tersebut. Dengan tingkat signifikan α = 5% (0,05) dan ttabel 1,660 dari hasil regresi diperoleh thitung 14,873. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai thitung 14,873 > 1,660 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya harga kamar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan tamu. Dalam konteks ini, Hotel Labersa merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan dan potensi harga kamarunggulan yang bervariasi.

Salah satu komponen yang menjadi harga kamarHotel Labersa adalah tempat spot foto yang menarik dengan berlatar belakang alam yang indah namun juga ada spot foto buatan yang estetik. Adanya harga kamartersebut, pengunjung merasa menikmati harga kamartersebut akan mulai terbentuk suatu kepuasan tamu.

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu**

Interpretasi hasil variabel independen X2 (fasilitas) dengan variabel dependen Y (kepuasan tamu) memiliki koefisien determinasi (R *Square*) 0.165, menunjukkan pengertian bahwa kepuasan tamu (Y) dipengaruhi 16,5% oleh variabel fasilitas (X2), sedangkan sisanya 83,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen tersebut. Dengan tingkat signifikan α = 5% (0,05) dan ttabel 1,660 dari hasil regresi diperoleh thitung 1,678. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai thitung 1,678 > 1,660 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, pihak Hotel Labersa berupaya untuk menyediakan fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung. Seperti pengadaan ATM *Center* dengan kondisi lokasi Hotel Labersa yang jauh dari kota, ATM *Center* bertujuan untuk mempermudah pengunjung dan sangat membantu bagi pengunjung yang ingin bertransaksi melalui ATM. Dengan fasilitas tersebut dapat memberikan rasa puas bagi para pengunjung karena merasa bahwa kebutuhan di tempat wisata tersebut dapat terpenuhi.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu**

Hasil dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis yang penulis ajukan, dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

Dengan demikian, apabila tamu ada yang merasa kurang puas terhadap kualitas, maka kemungkinan pada pelayanan tersebut dipengaruhi oleh kurangnya kecepatan ataupun ketanggapan staf yang kurang cepat dalam pelayanan untuk tamu. Dengan kata lain, tamu kurang merasakan kepuasan yang diharapkan. Untuk menciptakan kualitas pelayanan dengan harapan yang sesuai tamu, maka bisa dilakukan dengan memberikan sebuah pelatihan atau *training* untuk staf Hotel Labersa, agar stafnya lebih terlatih untuk melayani tamu dengan cepat sebelum memulai pelayanan pada tamu. Fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara Simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Berdasarkan uji koefisien determinasi mengasilkan R *Square* sebesar 0.751 yang artinya 75,1% kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan. Sedangkan 24,9% kepuasan tamu dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**PENUTUP**

## Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Labersa.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Labersa.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Labersa.
4. Berdasarkan hasil uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel Labersa.

## Saran

## Saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak Hotel Labersa sebagai berikut:

1. Bagi pihak Hotel Labersa

Dari hasil penelitian ini, penulis akan memberikan saran dengan melihat hasil data dari setiap variabel yang sudah diteliti.

* 1. Salah satu harga kamarbagi Hotel Labersa adalah adanya harga kamarberupa spot foto buatan yang estetik. Untuk menjaga atraksi tersebut pihak Hotel Labersa diharapkan dapat merawat dan menjaga kenyamanan spot foto buatan tersebut agar tetap menjadi harga kamarpilihan yang dapat dinikmati oleh tamu.
  2. Untuk mendukung kebutuhan tamu hendaknya pihak Hotel Labersa dapat melakukan pemeliharaan fasilitas yang tersedia agar fungsinya dapat dipergunakan dengan baik. Pemeliharaan tersebut dapat dilakukan pada toilet umum yang ada di Hotel Labersa agar kebersihannya terjaga dan tamu merasa nyaman saat menggunakan toilet umum.
  3. Untuk menciptakan kualitas pelayanan dengan harapan yang sesuai tamu, maka bisa dilakukan dengan memberikan sebuah pelatihan atau *training* untuk staf Hotel Labersa, agar stafnya lebih terlatih untuk melayani tamu dengan cepat sebelum memulai pelayanan pada tamu.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini diketahui bahwa variabel fasilitas, harga kamar dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan tamu sebesar 75,1% dan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya menyarankan untuk menggunakan variabel lain untuk memperoleh informasi terkait. Misalnya variabel bauran promosi, harga, pengalaman masa lalu, dan faktor emosional.

**DAFTAR PUSTAKA**

H. Lovelock, Christopher dan K. Wright, Lauren, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit PT. Indeks, Jakarta

Indrasari, Meithiana, 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Unitomo Press. Surabaya

Kerjajaya, Hermawan, 2007. *Bosting Loyality Marketing Performance,* Penerbit Mark Plus, Jakarta.

Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (Terjemahan). Salemba Empat. Jakarta.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, dan Gary Armstrong, 1999. *Principle of Marketing*, *Eighth Edition*. Prentice-Hall. New Jersey.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Alih Bahasa: A.B.Susanto, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, 2002. *Manajemen PemasaranEdisi Milenium*., Penerbit Prehallindo, Jakarta.

Firmansyah, M. Anang, 2019 .*Pemasaran (dasar dan konsep)*, Penerbit Qiara Media, Surabaya.

Payne, Adrian, 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*,Terjemahan.

Santoso, Singgih, Tjiptono, Fandy, 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Mariana, andriasan dkk, Sisca, 2021. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan

Adriasan, Mardiana dkk, Alexander, 2021. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sopian 1999. *Metode Penelitian Survey*, Penerbit PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.

Sardjana, Tri dkk, Abdul, 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, Penerbit Insania, Yogyakarta

Sumarwan, Ujang (2003). *PrilakuKonsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sugiyono, 2006. *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Kesembilan, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sulastiyono, Agus, 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Swasta, Basu. 2002. Azas-azas Marketing. Liberty, Penerbit Yogyakarta.

Suharso, Puguh, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Prakti,* Penerbit PT. Index, Jakarta.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. 2004. *Pemasaran Jasa*, Penerbit Bayumedia, Jawa Timur.

Umar, Husein, 2003. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Penerbit PT Gramedia, Jakarta.

Yazid, 2005. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.

Zeithami, Valarei A, Mary jo Bitner, 2004. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The firm*, *Third Edition*, Mc Graw Hill. New York.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis dengan ini mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Medan atas bantuan dan dukungannya sehingga publikasi hasil penelitian ini dapat diterbitkan.