

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA SEWA KAMAR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN HOTEL SWISS INN
DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Kristina Lumban Toruan

140910192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA SEWA KAMAR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN HOTEL SWISS INN
DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Kristina Lumban Toruan
140910192**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kristina Lumban Toruan
NPM/NIP : 140910192
Fakultas : Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, HARGA SEWA KAMAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL SWISS INN DI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dangelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 6 Februari 2018

Materai 6000

Kristina Lumban Toruan

140910192

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA SEWA KAMAR TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN HOTEL SWISS INN
DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Kristina Lumban Toruan
140910192**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 6 Februari 2018

**Hendri Herman, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Era globalisasi sekarang ini, dalam dunia bisnis terjadi persaingan ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Hotel Swiss Inn Batam merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan 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 ada perjanjian khusus. Fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga sewa kamar saat ini, lebih dipentingkan dalam dunia bisnis karena diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam. Penelitian ini menggunakan teknik survey dengan pengambilan sampel adalah metode sampel kebetulan dengan populasi dan sampel sebanyak 104. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, model analisa data yang digunakan adalah uji regresi berganda dan diperkuat dengan uji asumsi klasik dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 20 *for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Fasilitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($4,305 > 1,98304$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($3,714 > 1,98304$) dan nilai signifikansi $0,000 > 0,5$. dan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$. Fasilitas, Kualitas pelayanan, Harga sewa kamar secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan menunjukkan nilai f hitung > t tabel ($237,779 > 2,69$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$.

Kata Kunci : Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga Sewa Kamar, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In this globalization era, the competition always exists in the world of business; moreover, it happens in some companies especially in the field of hospitality services. Hotel Swiss Inn Batam is a company run by its owners by providing food, beverages and sleeping room facilities to people who are traveling and able to pay a reasonable amount according to the service received without any special agreement. The facilities, service quality, and the current room rental price, are more important in the business world because it is suspected to have an effect on customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the effect of facilities, service quality, room rental prices to customer satisfaction Hotel Swiss Inn in Batam. This research use survey technique with sampling is accidental sampling method with population and sample counted 104. The research method used is descriptive research method and quantitative approach. Data collection techniques used are primary and secondary data, data analysis model used is multiple regression test and reinforced by the classical assumption test using SPSS 20 for windows software assistance. The results of this study indicate that: Facilities (X1) significantly influence customer satisfaction by showing $t_{count} > t_{table}$ ($4,305 > 1,98304$) and significance value $0,000 < 0,5$. Quality of service (X2) significantly influence customer satisfaction by showing $t_{count} > t_{table}$ ($3,714 > 1,98304$) and significance value $0,000 > 0,5$. and a significance value of $0,000 < 0,5$. Facilities, Quality of service, Room rental price together affect Customer Satisfaction (Y) by showing the value of $f_{arithmetic} > t_{table}$ ($237,779 > 2,69$) and significance value $0,000 < 0,5$.

Keywords : Facility, service quality, price, customers satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Studi Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi dengan judul pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan hotel swiss inn di batam. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M.. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam.
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membantu serta membimbing penulis dalam memberikan sumbangan berupa pikiran, pengarahan, motivasi, saran, dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik yang telah sabar membimbing dan memberikan pengarahan, motivasi dan saran.
6. Seluruh dosen Universitas Putera Batam, khususnya Jurusan Manajemen Bisnis yang telah banyak mendidik dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.

7. Seluruh Staff Universitas Putera Batam Bagian Keuangan, Bagian Akademik, Bagian Kemahasiswaan dan lainnya

8. Keluarga besar penulis, Ayah Hokkop Lumban Toruan, Ibu Palentina Sinaga, Juper Supriyanto Lumban Toruan dan Saudara-saudara tercinta yang telah memberikan doa dan perhatian serta dukungannya yang sangat besar kepada penulis.
9. Rolan Sinaga yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan program studi ini.
10. Seluruh rekan seperjuangan mahasiswa/i Program Studi Manajemen angkatan 2014 yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.
11. Pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi penulis dan seluruh pihak yang berkepentingan yang memanfaatkan skripsi ini untuk kepentingan akademik dalam bidang Manajemen. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan motivasi dan saran yang mendukung penelitian ini

Batam, 6 Februari 2018

Kristina Lumban Toruan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.4. Perumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Teoritis.....	12
2.1.1. Fasilitas.....	12
2.1.1.1. Pengertian Fasilitas	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.2. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	13
2.1.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.4. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.3. Harga.....	18

2.1.3.1. Pengertian Harga.....	18
2.1.3.2. Faktor-Faktor Memengaruhi Penentuan Harga.....	20
2.1.3.3. Tujuan Penentuan Harga.....	21
2.1.3.4. Harga Kamar	21
2.1.3.5. Indikator Harga	23
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.2. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.5 Hotel	25
2.1.5.1. Jenis-Jenis Hotel	25
2.1.5.2. Klasifikasi Hotel.....	25
2.1. Penelitian terdahulu.....	25
2.2. Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	32
3.2. Operasional Variabel.....	32
3.2.1. Variabel Bebas (<i>Independence Variable</i>)	33
3.2.2. Fasilitas (X_1)	33
3.2.3. Kualitas Pelayanan (X_2)	34
3.2.4. Harga Sewa Kamar (X_3).....	36
3.2.5. Variabel terikat (<i>Dependent Variabel</i>).....	37
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi Penelitian.....	39
3.3.2. Sample Penelitian.....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1. Skala Pengukuran.....	40
3.5. Metode Analisis Data.....	40
3.5.1. Analisis Deskriptif	41
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	42
3.5.2.1. Uji Validatis Data.....	42
3.5.2.2. Uji Reliabilitas Data.....	44
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	45

3.5.3.1. Uji Normalitas.....	45
3.5.3.2. Multikolinearitas	45
3.6.4.1. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.5.4. Uji pengaruh.....	46
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.4.2. Uji t	47
3.5.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.5.4.5. Uji Hipotesis	46
3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian	51
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	51
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	53
4.1.2. Profil Responden.....	53
4.1.2.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2.2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.2.3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	55
4.1.2.4. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	56
4.2. Analisis Deskriptif	58
4.2.1. Analisis Deskriptif Fasilitas (X1).....	59
4.2.1.1. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2)	62
4.2.1.2. Analisis Deskriptif Harga Sewa kamar (X3)	66
4.2.1.3. Analisis Deskriptif kepuasan pelanggan (Y).....	69
4.3. Uji kualitas Data.....	73
4.3.1. Hasil Uji Validitas Data	73
4.3.1.1. Hasil Uji Reliabilitas	75
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	76
4.4.1. Hasil Uji Normalitas	76
4.4.1.1. Hasil uji Multikolinieritas	78
4.4.1.2. Hasil Uji Heterokedasitas.....	79
4.4.1.3. Uji Hipotesis	80
4.4.1.4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
4.4.1.5. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	82
4.4.1.6. Hasil Uji t (Parsial).....	83

4.4.1.7. Hasil Uji F (Simultan).....	85
4.5. Pembahasan.....	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	90
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Diagram Pie Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4. 2 Diagram Pie Berdasarkan Usia	55
Gambar 4. 3 Diagram Pie Berdasarkan Pendidikan.....	56
Gambar 4. 4 Diagram Pie Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	77
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas <i>P-P Plot</i>	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis dan Jumlah Kamar Hotel Swiss Inn Batam	2
Tabel 1. 2 Fasilitas Hotel Swiss Inn Batam	3
Tabel 1. 3 Harga Sewa Kamar Hotel Swiss Inn di Batam	5
Tabel 1. 4 Perbandingan Harga Sewa Kamar 2017	6
Tabel 1. 5 Jumlah Pengunjung Hotel Periode 2012 – 2016.....	7
Tabel 2. 1 PenelitianTerdahulu	26
Tabel 3. 1 Variabel Independen dan Indikatornya	37
Tabel 3. 2 Variabel Dependen dan Indikatornya	38
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	40
Tabel 3. 4 Rentang Skala	42
Tabel 3. 5 Jadwal penelitian.....	52
Tabel 4. 1Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif	58
Tabel 4. 6 X1.1	59
Tabel 4. 7 X1.2.....	60
Tabel 4. 8 X1.3	60
Tabel 4. 9 X1.4.....	61
Tabel 4. 10 X1.5	61
Tabel 4. 11 Total Skor Indikator Variabel fasilitas (X1)	62
Tabel 4. 12 X2.1.....	63
Tabel 4. 13 X2.2.....	63
Tabel 4. 14 X2.3	64
Tabel 4. 15 X2.4	65
Tabel 4. 16 X2.5	65
Tabel 4. 17 total Skor indikator kualitas pelayanan (X2)	66
Tabel 4. 18 X3.1	67
Tabel 4.19 X3.2	67
Tabel 4.20 X3.3	68
Tabel 4.21 X3.4.....	68
Tabel 4.22 X3.5	69
Tabel 4.23 Total skor indikator Harga sewa kamar (X3)	69
Tabel 4.24 Y.1.....	70
Tabel 4.25 Y1.2	70
Tabel 4.26 Y1.3.....	71
Tabel 4.27 Y1.4	71
Tabel 4.28 Y1.5	72
Tabel 4. 29 Total skor indikator Kepuasan pelanggan.....	72

Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas fasilitas (X1).....	73
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan (X2)	74
Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas harga sewa kamar (X3)	74
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas kepuasan pelanggan (Y).....	75
Tabel 4. 34 Hasil Uji Realibilitas	75
Tabel 4. 35 Tabel 4.35 Hasil uji one sampel kolmogrov-smirnov	78
Tabel 4. 36 Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	79
Tabel 4. 37 Hasil Uji Gletser.....	79
Tabel 4. 38 Hasil Uji Linier Berganda	81
Tabel 4. 39 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	83
Tabel 4. 40 Hasil Uji t (Parsial)	84
Tabel 4. 41 Hasil Uji F (Simultan).....	85

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala.....	41
Rumus 3. 2 Pearson Product Moment.....	43
Rumus 3. 3 Uji Reabilitas	44
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda	47
Rumus3.5 Koefisien determinasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Surat keterangan Penelitian Penelitian
- Lampiran 2.** Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3.** Penelitian Terdahulu
- Lampiran 4.** Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 5.** Data Tabulasi Responden
- Lampiran 6.** Hasil Output SPSS 20
- Lampiran 7.** Tabel r
- Lampiran 8.** Tabel t
- Lampiran 9.** Tabel

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis saat ini. Kualitas jasa merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan jasa bagi pelanggan, pelanggan yang puas akan tetap menggunakan jasa (*brand loyalty*). Salah satunya ialah hotel yang menggairahkan di kota Batam, hal ini dikarenakan banyaknya acara wisuda, maupun penerimaan mahasiswa baru dari berbagai daerah di Indonesia. Berdasarkan hal diatas maka dibutuhkan hotel yang *representative* untung menampung baik para wisuda maupun orang tua mereka.

Oleh karena itu pihak hotel dituntut mempelajari apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pelanggan sehingga mau memutuskan untuk menginap di suatu hotel karena dilandasi pertimbangan, kritik, keluhan serta saran yang diambil dan diberikan ke pelanggan agar dapat digunakan sebagai masukan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan dan kualitas hotel dalam memberikan pelayanan dan fasilitas dibandingkan harga yang harus dikeluarkan konsumen. Untuk itu pihak hotel menyediakan *Guest Comment* (kartu untuk memberi kesan dan pesan) jika pelanggan merasa puas. Namun sebaliknya pelanggan akan berpindah ke hotel

lain apabila merasa tidak puas terhadap fasilitas yang tersedia, kualitas pelayanan serta harga yang diberikan kepada pelanggan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan pada industri jasa fasilitas, kualitas pelayanan dan harga sangat penting dikelola perusahaan dengan baik.

Hotel Swiss Inn yang terletak di Komplek Villa Idaman Baloi Batam 29432, Indonesia. Hotel Swiss Inn yang bergerak dibidang jasa. Hotel ini berdiri pada tanggal 28 Agustus 2002 yang nama sebelumnya Hotel Island Garden Hotel dibawah group dari (PT. Hotel Citra Nusantara Prakarsa). Pada tahun 2008 Hotel Island Garden di manage oleh Swiss Bel Hotel Internasional dengan nama Hotel Swiss Inn Batam, dengan jenis dan jumlah kamar berikut dibawah ini:

Tabel 1.1 Jenis dan Jumlah Kamar Hotel Swiss Inn Batam

No	Jenis Kamar	Jumlah Kamar
1	Superior	115
2	Deluxe	6
3	Executive	3
4	Suite	4

Sumber: *Hotel Swiss Inn Batam*

Hotel dituntut untuk senantiasa mengikuti serta mengembangkan pelayanan baik itu fasilitas, kualitas pelayanan dan juga harga sewa kamar yang diberikan sehingga para tamu senantiasa merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak hotel. Sasaran dan tujuan pemasaran usaha dibidang jasa perhotelan adalah pemuasan kebutuhan dan keinginan tamu hotel. Untuk itu pengelola hotel perlu mengkaji pendapat serta penilaian yang diberikan tamu untuk mengetahui apa sebenarnya kebutuhan dan keinginan yang diharapkan tamu agar tamu merasa

puas dan mengkaji mengapa tamu sampai pada keputusan membeli jasa akomodasi di hotel tertentu.

Fasilitas berpusat pada segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya serta membuat nyaman dalam menggunakan jasanya tersebut, maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Yang berkaitan dengan fasilitas disini ialah tempat parkir yang kurang memadai, Ac yang kurang dingin dikamar, wifi yang mengalami gangguan, wastafel yang tersumbat dan lampu yang kurang terang.. Berikut dibawah ini fasilitas yang ada di Hotel Swiss Inn Batam :

Tabel 1.2 Fasilitas Hotel Swiss Inn Batam

No	Fasilitas Kamar	Fasilitas Bisnis	Fasilitas Publik
1	Jubah Mandi	Fotocopy	Kafe
2	Bathub	Proyektor	Lift
3	Tvkabel	Meeting Room	Brankas
4	Meja		Restoran
5	Minibar		Wifi
6	Hairdryer		Fitness
7	Televisi		
8	Shower		

Sumber : Hotel Swiss Inn Batam 2017

Syarat fasilitas ialah fungsinya yaitu, fasilitas yang disediakan berfungsi seperti yang dimaksudkan, misalnya lampu harus menyala dengan baik, keran air berfungsi dengan baik dan aliran air nya lancar, tempat tidur memberikan kenyamanan bagi orang yang berbaring diatasnya. Makin baik fungsinya makin baik pula jasanya. Jadi yang harus diperbaiki ialah lebih memperhatikan kondisi kamar dan jenis fasilitas yang tersedia sebelum tamu tiba atau *check-in*, agar tamu merasa puas dan nyaman selama berada di hotel, juga meninggalkan kesan yang baik.

Adapun permasalahan yang dihadapi Hotel Swiss Inn Batam adalah keinginan pengelola untuk pelayanan, fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga yang diberikan pihak hotel terhadap kepuasan pelanggan. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa cara yang digunakan adalah dengan menggunakan *Guest Comment* (kartu untuk memberikan kesan dan pesan) dan yang nantinya akan diterima oleh *front office*. Adapun faktor yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan penentuan harga yang bersaing.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Yang berkaitan dengan kualitas pelayanan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan, selain itu keinginan para staff untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan dengan tepat, disisi lain staff harus memiliki kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya, dan mampu memahami kebutuhan pelanggan. Yang harus ditingkatkan pada kualitas pelayanan ialah komunikasi dan bahasa yang baik,

untuk resepsionis harus menguasai dua bahasa Inggris dan Mandarin, agar tidak terjadi pada tamu sebelumnya yang kesulitan menanyakan informasi lewat resepsionis, karena tamu tersebut hanya mengerti bahasa daerah mereka yaitu Mandarin. *Bellboy* yang mengangkat barang bawaan tamu harus berhati-hati dan penghidangan makanan yang harus sesuai selera tamu. Syarat dari kualitas pelayanan lebih terfokus atau tertuju pada kegiatan aktornya, mengenai apa yang dilakukan oleh aktor dan pelayan. Maksudnya disini pelayanan harus dapat diandalkan agar tercapai melalui perbuatan aktornya, misalnya *bellboy* mengangkat barang-barang tamu dengan baik, penghidangan makanan dengan baik juga cepat dan seterusnya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi harapan pelanggan.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli jasa, yang berkaitan dengan harga ialah harga sewa kamar hotel Swiss Inn berbeda dengan harga sewa hotel lain yang sejenis seperti, Lovinna Inn Hotel dan Swiss Bell-Inn Hotel. Berikut Harga sewa kamar Hotel Swiss Inn di Batam :

Tabel 1.3. Harga Sewa Kamar Hotel Swiss Inn di Batam

Jenis Kamar	Harga Kamar
Superior	Rp. 520.000,-
Deluxe	Rp. 770.000,-
Executive	Rp. 820.000,-
Suite	Rp. 1.000.000,-

Sumber: *Hotel Swiss Inn Batam*

Yang menjadi permasalahan mengenai harga sewa kamar yaitu, adanya perbandingan harga dengan jenis hotel yang sama yang membuat terjadinya penurunan jumlah kunjungan tamu hotel, dimana tamu lebih sering membandingkan harga sebelum menetapkan tujuan untuk menginap di hotel. Berikut perbandingan harga sewa kamar hotel dengan yang sejenis :

Tabel 1.4 Perbandingan Harga Sewa Kamar 2017

Nama Hotel	Harga sewa kamar	Jenis Kamar
Swiss Inn	Rp. 520.00.-	Superior
Lovina	Rp. 390.000.-	Superior
Swiss Bell Inn	Rp. 480.000.-	Superior

Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada pelanggan sesuai apa yang diinginkan pelanggan. Berbagai faktor seperti subyektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (pelanggan maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara berbeda dengan yang dipersepsikan oleh pelanggan. Kepuasan yang didapatkan pelanggan sering juga melihat hasil pelayanan yang bagus sehingga tertarik untuk kembali ke hotel tersebut. Karena hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal dengan pelayanan yang diberikan. Walaupun hotel memiliki fasilitas sangat menunjang, kualitas dan harga yang sesuai kebutuhan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Kurangnya tentang pengetahuan dan pemahaman tentang kepuasan pelanggan membuat pelanggan tidak akan datang kembali menginap

dihotel. Dalam memenuhi masalah-masalah pada kepuasan pelanggan, memberikan nilai pelanggan yang tinggi, hal itu juga menjadi prioritas utama agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan lama. Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan harmonis, dan menciptakan loyalitas pelanggan, serta membantu suatu rekomendasi untuk mempengaruhi orang yang disekitarnya agar menginap di hotel dapat menguntungkan bagi perusahaan. Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah tamu yang menginap di Hotel Swiss Inn Batam lima tahun terakhir :

Tabel 1.5 Jumlah Pengunjung Hotel Periode 2012 – 2016

Tahun	Jumlah
2012	62387
2013	63504
2014	54441
2015	44897
2016	36244

Sumber: *Hotel Swiss Inn Batam (2017)*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap dihotel tersebut. Selama periode tahun 2012 – 2016 jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2012 dan tahun 2013 jumlah tamu hotel mengalami kenaikan, namun kembali pada tahun berikutnya yaitu tahun 2014 sampai tahun 2016 mengalami penurunan bahkan sampai merosot. Penurunan jumlah tamu hotel ini harus di antisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung

mengalami penurunan ini. Pelanggan dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, dan fenomena masalah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, HARGA SEWA KAMAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL SWISS INN DI BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya fasilitas yang tersedia diarea parkir dapat menyebabkan pelanggan kesulitan untuk melakukan aktivitasnya selama menginap dihotel.
2. Kurangnya Kualitas pelayanan dalam menguasai komunikasi dan bahasa dapat menyebabkan tidak adanya hubungan timbal balik anantara karyawan dengan pelanggan
3. Harga sewa kamar berbeda dengan hotel yang sejenis yang menyebabkan kurangnya minat pelanggan untuk menginap di hotel tersebut
4. Ketidakpuasan pelanggan terhadap hasil yang diterima menyebabkan turunnya jumlah pengunjung hotel.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan di karenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan peneliti ini tidak melebar kemana-mana, sehingga

peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian hanya pada fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar dan kepuasan pelanggan di Hotel Swiss Inn Batam.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut di atas sehingga peneliti dapat merumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam ?
3. Apakah pengaruh harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam ?
4. Apakah pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan ;

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggann Hotel Swiss Inn di Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh harga sewa kamar terhadap kepuasan pelangggan Hotel Swiss Inn di Batam

4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar yang secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Selain dari tujuan, sebuah penelitian juga mempunyai manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yang berguna bagi masyarakat. Karena ketika sesuatu itu bermanfaat maka dia akan menjadi pedoman dalam mengambil sebuah keputusan maupun tindakan, berikut peneliti menulis manfaat penelitian sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka manfaat teoritis adalah sebagai dasar penyusunan skripsi mahasiswa-mahasiswi dimasa yang akan datang terutama mengenai fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

Kegunaan yang di ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti dalam memahami ilmu tentang pelayanan jasa perhotelan Hotel Swiss Inn di Batam.

2. Perusahaan

Dapat dijadikan bahan kajian masukan bagi perusahaan dalam merumuskan

program dan tujuan serta pengambilan keputusan yang strategis dalam rangka pengembangan perusahaan.

3. Pembaca

Sebagian bahan informasi bagi pembaca dan menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya atau menjadi bahan tambahan penelitian selanjutnya dibidang pemasaran khususnya fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Teoritis

2.1.1. Fasilitas

2.1.1.1. Pengertian Fasilitas

Menurut (Indianto & Khasanah, 2015: 3) Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan . keberadaan fasilitas seperti kamar kecil, café, ruang ganti, akan membuat pelanggan merasa senang dan nyaman, dengan demikian pelanggan tidak merasa bingung untuk mencari apa yang dibutuhkan.

Menurut (Kusuma, 2015: 3) Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel.

Menurut (Haryanto, 2013: 752) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

Menurut (Kusuma, 2015: 4) indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Tempat parkir dengan segala perlengkapannya
2. Fasilitas keamanan
3. Tersedianya Laundry
4. Tersedianya ruang Message untuk Pria dan Wanita

5. Adanya koneksi internet

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak di jadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality). Kualitas jasa (Service Quality) yang di kembangkan Parasuraman et al. Seperti yang di kutip oleh (Lupiyoadi, 2014: 216) di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Jika kenyataannya sama atau lebih yang dari diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Menurut (Prabowo, n.d: 2.)Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen, salah satu yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan.

2.1.2.2. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama kualitas pelayanan agar dapat menimbulkan image yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik dihadapan konsumen. Enam prinsip pokok kualitas pelayanan:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Review dan Proses

Review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dalam terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan,

pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan.

2.1.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Ada 4 peranan atau pengaruh dari aspek konsumen yang akan mempengaruhi konsumen lain, yaitu :

1. Contractors

Yaitu tamu berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli.

2. Modifier

Yaitu tamu yang tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen lain.

3. Influencer

Yaitu mempengaruhi konsumen tetapi cukup untuk membeli secara tidak langsung kontak dengan pembeli.

4. Isolated

Yaitu tamu tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen. Dan yang berfungsi sebagai penyedia jasa mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator pada biasanya di tujukan sebagai elemen-elemen yang digunakan sebagai alat ukur untuk membahas variabel penelitian, indikator dapat di jumpai dari konsep teori mengenai variabel yang diteliti, yang mana indikator di paparkan para ahli dan merumuskannya dalam studi kepustakaan ataupun penelitian-penelitian yang sudah terlaksana. Menurut (Hardiyansyah, 2011: 46) di uraikan dimensi-dimensi memiliki Indikator - Indikator sebagai berikut:

1. Tangible (berwujud)

Untuk Dimensi Tangible (berwujud) dijabarkan menjadi indikator :

- a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
- e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
- f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

2. Reliability (keandalan)

Untuk dimensi Reliability (keandalan), terdiri atas indikator:

- a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas

- c. Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

3. Responsiveness (Respon/Daya tangkap)

Untuk dimensi responsiveness (Respon/daya tangkap) terdiri atas indikator :

- a. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas melakukan pelayanan dengan cepat
- c. Petugas melakukan pelayanan dengan tepat
- d. Petugas melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
- e. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas

4. Assurance (jaminan)

Untuk dimensi assurance (jaminan) terdiri atas indikator :

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

5. Empathy (empati)

Untuk dimensi empathy (Empati), terdiri atas indikator :

- a. Mendahulukan kepentingan pemohon atau pelanggan
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah
- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)

- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

2.1.3. Harga

2.1.3.1. Pengertian Harga

Menurut (Nandan & Wilhelmus, 2012: 61) Harga merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan oleh suatu organisasi (*marketing objectives*). Harga merupakan alat yang sangat penting, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dalam sektor publik.

Menurut (Oentoro, 2010: 149) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menurut (Fajar, 2008: 105) Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan berbagai macam-macam barang atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

2.1.3.2. Faktor-Faktor Memengaruhi Penentuan Harga

Menurut (Lupiyoadi, 2014: 139) penetapan harga dipengaruhi faktor – faktor sebagai berikut :

1. Elastisitas permintaan

Efektivitas program penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga perlu diketahui. Namun, perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan, perusahaan, perubahan unit dan perubahan

penerimaan per unit. Jadi manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas harga dipasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan harga terhadap pendapatan total. Manajer pemasaran jasa atau produk harus memiliki beberapa nilai estimasi mengenai tingkat elastisitas harga yang ada dalam rangka memprediksi volume penjualan dan pendapatan total yang akan dihasilkan pada berbagai tingkat harga. Tingkat elastisitas harga bisa di estimasi dengan beberapa metode, diantaranya:

- a. Rasio historis terutama berkaitan dengan dampak masa lalu dari perubahan variabel pemasaran seperti harga terhadap penjualan. Salah satu alat analisis yang banyak digunakan untuk menguji hubungan historis antara harga dengan volume penjualan adalah regresi berganda.
 - b. Eksperimen lapangan misalnya menggunakan scanner based approach untuk membandingkan produktivitas penjualan pada alternative tingkat harga.
 - c. Eksperimen pilihan terkendali, diantaranya memakai metode analisis conjoint yang analisis bagaimana para pelanggan melakukan trade-off diantara sejumlah atribut dalam pembuatan keputusan pilihan produk.
2. Faktor persaingan

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan. Jika perubahan harga disamai oleh semua pesaing, maka sebenarnya tidak akan ada perubahan pangsa pasar. Dalam hal ini pengurangan harga tidak akan berdampak pada pemilihan selektif. Oleh sebab itu, manajer pemasaran harus berusaha menentukan kemungkinan reaksi penetapan harga pesaing.

3. Faktor Biaya

Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga. Artinya, tingkat harga, minimal harus bisa menutup biaya setidaknya biaya variabel. Harga yang murah akan menyebabkan penurunan biaya rata-rata jika penurunan harga tersebut bisa menaikkan volume penjualan secara signifikan

4. Faktor lini produk

Dalam banyak kasus, penetapan harga sebuah produk bisa berpengaruh terhadap penjualan produk lainnya yang dihasilkan oleh perusahaan yang sama. Elastisitas silang harga merupakan hubungan yang terjadi jika perubahan harga suatu produk mempengaruhi volume penjualan produk kedua, selain berdampak pada penjualan produk pertama. Apabila kenaikan atau penurunan suatu harga produk menyebabkan kenaikan atau penurunan harga penjualan produk kedua, maka kedua produk dinamakan bersifat substitusi, sedangkan jika kenaikan atau penurunan pada penjualan produk kedua, maka produk bersifat komplementer.

5. Faktor pertimbangan lainnya dan penetapan harga

Faktor-faktor lain juga harus dipertimbangkan dalam rangka merancang program penetapan harga antara lain: yaitu pengiriman atau transfer uang melalui jaringan elektronik komputerisasi yang secara online.

2.1.3.3. Tujuan Penentuan harga

Menurut (Lupiyoadi, 2014: 138) Metode penentuan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri. Adapun tujuan-tujuan harga antara lain sebagai berikut.

1. Bertahan
Merupakan usaha untuk tidak melaksanakan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan.
2. Memaksimalkan biaya
Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba pada periode tertentu
3. Memaksimalkan Penjualan
Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. Prestise
Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif
5. ROI
Tujuan penentuan harga yang didasarkan atas pencapaian tingkat pengembalian investasi (*return on investment*) yang diinginkan.

2.1.3.4. Harga Kamar

Menurut (Afriadi, 2016: 3) harga dikelompokkan sebagai berikut:

1. Harga per kamar (Basic Rates)
Harga setiap kamar sesuai dengan fasilitas masing-masing. Penentuan harga bergantung pada fasilitas pelayanan, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi. Dengan demikian harga ini belum terkena potongan harga.
2. Harga Paket (Package Rates)

Harga kamar merupakan paket, yaitu sewa kamar di tambah pelayanan yang berupa makan dan fasilitas lainnya.

3. Harga Perseorangan

Harga sewa kamar dikenakan kepada tamu sesuai dengan jumlah yang akan menginap.

4. Harga Spesial (*Special Rates*)

Harga kamar ditetapkan secara khusus dan resmi dengan perjanjian harga diberikan kepada biro perjalanan, perusahaan, penerbangan, dan kedutaan. Harga ini biasanya lebih murah dari harga resmi.

5. Harga khusus ini terdiri dari:

a. *Company Rates*

Yaitu harga kamar untuk tamu dari suatu perusahaan tertentu yang menginap secara berlangganan.

b. *Commercial Rates*

Yaitu harga kamar untuk tamu-tamu yang mengadakan perjalanan usaha (*business*).

c. *Airlines Rates*

Yaitu harga kamar untuk tamu yang bekerja pada perusahaan penerbangan

d. *Seasonal Rates*

Yaitu harga kamar yang diberikan kepada tamu saat musim tertentu. Harga ini lebih murah dari harga resmi karena untuk menarik para tamu pada saat hotel mengalami *low season*.

2.1.3.5. Indikator Harga

(Kusuma, 2015: 3) mengungkapkan bahwa dalam indikator harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama tentang harga. Indikator tersebut meliputi :

1. Daftar harga
2. Syarat pembayaran
3. Harga yang lebih murah
4. Diskon
5. Potongan harga

2.1.4. Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Diasari, 2016: 4) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Mendefinisikan kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Menurut (Lumentut & Palandeng, 2014: 128) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kesan kerja dan harapan, banyaknya organisasi pelayanan menitik beratkan pada kepuasan konsumen yang tinggi karena hal ini akan mengikat konsumen karena merasa puas akan pelayanan yang didapatkan.

Menurut (Sunyoto, 2012: 223) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja/hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

2.1.4.2. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut (Sunyoto, 2012: 227) Sebagaimana di jelaskan didepan bahwa metode survey merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survey kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap kinerja suatu perusahaan pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar harapannya terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar kenyataan yang dirasakan (*derives dissatisfaction*).
3. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai (elemen) atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance/performance analysis*.

2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

(Kusuma, 2015: 128) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, indikator tersebut antara lain:

1. Fasilitas yang memadai
2. Harga paket yang murah
3. Fasilitas dan harga paket keseluruhan

4. Keluhan dan pendapat
5. Fasilitas tambahan

2.1.5 Hotel

2.1.5.1. Jenis-Jenis Hotel

Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga dikelompokkan menjadi :

1. City Hotel

Hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya di peruntukkan bagi masyarakat yang bermaksud tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). City hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya di huni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel.

2. Residential Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena di peruntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Dengan sendirinya hotel diperlengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

3. Resort Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pegunungan (mountain hotel) atau di tepi pantai (beach hotel), di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama di peruntukkan pada keluarga pada hari-hari libur.

4. Motel (Motor Hotel)

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau dipinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini di peruntukkan sebagai tempat beristirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan.

2.1.5.2. Klasifikasi Hotel

Menurut keputusan direktorat Jenderal Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 tanggal 12 Juni 1978, klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut. Penilaian dilakukan selama 3 tahun sekali dengan tata cara serta penetapannya dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata.

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 PenelitianTerdahulu

NO	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yudha Afriadi dan Sonang Sitohang (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat	Variabel dependen: Kepuasan Konsumen variabel Independen: Kualitas	1. Hasil ini juga menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan karena nilai signifikansi $F < 0,05$ 2. Kualitas layanan berpengaruh

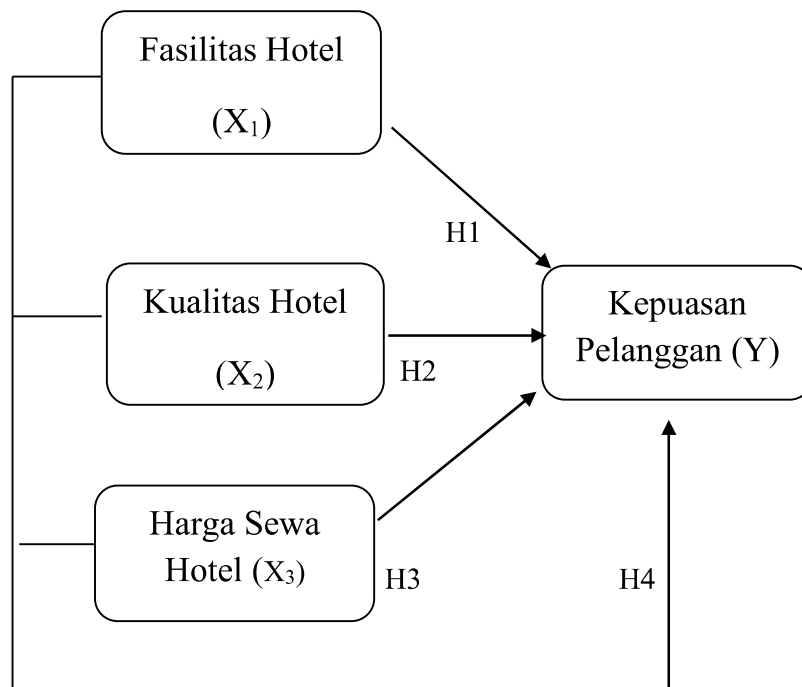
		Inap	Layanan, Harga dan Fasilitas	terhadap kepuasan pasien rawat inap. 3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap. 4. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap. 5. Fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien Rawat Inap.
2	Faris Lumentut dan Indrie D.Palandeng (2014)	Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado	Variabel dependen: Kepuasan Konsumen Variabel Independen: Fasilitas, Servicescape, Kualitas Pelayanan	1. Fasilitas, <i>servicescape</i> dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado 2. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado 3. <i>Servicescape</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado 4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado
3	Hana Ofela dan Sasi Agustin (2016)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi	Variabel dependen: Kepuasan Konsumen variabel Independen: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan	1. Hasil pengujian menunjukkan variabel harga, kualitas produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya 2. Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya 3. Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya.

4	Setya Ayu Diasari dan Hening Widi Oetomo (2016)	Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	Variabel dependen: Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan variabel Independen: Harga, Produk, Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil pengujian menunjukkan variabel harga, produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan PT. PosIndonesia Cabang Taman Apsari Surabaya 2. Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh secara langsung produk terhadap loyalitas pada PT. Pos Indonesia Cabang Taman Apsari Surabaya. 3. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada PT. Pos Indonesia Cabang Taman Apsari Surabaya 4. Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh secara tidak langsung harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Taman Apsari Surabaya
5	Jessica J. Lenzun dan Decky Adare (2014)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel	Variabel dependen: Kepuasan Pelanggan variabel Independen: Kualitas Produk, Harga dan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel. Promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan. 2. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di kelurahan Winangun . 3. Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di kelurahan Winangun 4. Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel
5	Hidayat Kaiman	Influence of Service	Variabel Dependen:	Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor terbesar adalah

	(2013)	Quality and Price of House flat on customer satisfaction (Studies in Marunda flats of North Jakarta)	kepuasan pelanggan Variabel Independen: kualitas pelayanan, harga	pengaruh Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan. Saran untuk itu, pengelola flat harus memperhatikan dan meningkatkan Service Quality kepada konsumen dan konsumen potensial Flats. Harga juga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dimana harga sesuai dengan harapan dan manfaat dimana manajer dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
5	Muhammad Ehsan Malik	Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector	Variabel Dependen: kepuasan pelanggan Variabel Independen: kualitas pelayanan, harga	Hasil penelitian ini menguntungkan dan akan membantu penyedia layanan telekomunikasi untuk membentuk kebijakan produk dan harga mereka sedemikian rupa sehingga mereka dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan mereka untuk mencapai pangsa pasar yang lebih tinggi

2.2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori dan literatur yang relevan dan dijadikan acuan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban yang empiris (Sugiyono, 2014:64).

Berdasarkan perumusan masalah, tinjauan pustaka, dan landasan teori terhadap penelitian terdahulu, maka dirumuskan tiga hipotesis dalam penelitian ini, yaitu::

H1 : Variabel Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

H2 : Variabel Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

H3 : Variabel harga sewa kamar (X_3) berpengaruh terhadap variabel variabel kepuasan pelanggan (Y)

H4 : Variabel fasilitas (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga sewa kamar (X_3), secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian atau sering disebut instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau yang digunakan untuk mengumpulkan data (Afrizal, 2016: 134). Desain penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Moha & Loindong, 2016: 575-584) penelitian pendekatan asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, memprediksikan dan mengontrol suatu gejala. Pada penelitian ini terdapat empat variabel penelitian yang berhubungan, yaitu variabel X_1 (Fasilitas), X_2 (Kualitas pelayanan), X_3 (harga sewa kamar) dan variabel Y (Kepuasan pelanggan).

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian (Achmadi, 2016: 118). Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, antara lain variabel independen (X) yaitu fasilitas, kualitas pelayanan dan harga sewa kamar dan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

3.2.1. Variabel Bebas (Independence Variable)

Variabel bebas atau *Independence variable* adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi (Achmadi, 2016: 118). Variabel bebas menurut (Iriana, 2017: 67) adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki pula berbagai aspek atau unsur, yang berfungsi mempengaruhi atau menentukan munculnya variabel lain yang disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

3.2.2. Fasilitas (X1)

Menurut (Kusuma, 2015: 3) Fasilitas adalah segala sesuatu sarana pendukung untuk mendukung kenyamanan pegawai, konsumen, pengunjung, pasien, pelajar dalam meningkatkan kepuasan hati maupun kinerja usaha

Menurut (Sulastiyono, 2015: 4) Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel.

Menurut (Sulastiyono, 2015: 4) indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Tempat parkir dengan segala perlengkapannya
2. Fasilitas keamanan
3. Tersedianya Laundry
4. Tersedianya ruang Message untuk Pria dan Wanita
5. Adanya koneksi internet

3.2.3. Kualitas Pelayanan (X2)

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak di jadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality). Kualitas jasa (Service Quality) yang di kembangkan Parasuraman et al. Seperti yang di kutip oleh (Lupiyoadi, 2014: 35) di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Jika kenyataannya sama atau lebih yang dari diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Kualitas Pelayanan adalah unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen, kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Rendy, 2015: 134).

Menurut (Hardiyansyah, 2011: 46) di uraikan dimensi-dimensi memiliki Indikator-Indikator sebagai berikut:

1. Tangible (berwujud)

Untuk Dimensi Tangible (berwujud) dijabarkan menjadi indikator :

- a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
- e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan

f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

2. Reliability (keandalan)

Untuk dimensi Reliability (keandalan), terdiri atas indikator:

- a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
- c. Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

3. Responsiveness (Respon/Daya tangkap)

Untuk dimensi responsiveness (Respon/daya tangkap) terdiri atas indikator :

- a. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas melakukan pelayanan dengan cepat
- c. Petugas melakukan pelayanan dengan tepat
- d. Petugas melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
- e. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas

4. Assurance (jaminan)

Untuk dimensi assurance (jaminan) terdiri atas indikator :

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

5 Empathy (empati)

Untuk dimensi empathy (Empati), terdiri atas indikator :

- a. Mendahulukan kepentingan pemohon atau pelanggan
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah
- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

3.2.4. Harga Sewa Kamar (X3)

Menurut (Nandan & Wilhelmus, 2012: 61) Harga merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan oleh suatu organisasi (*marketing objectives*). Harga merupakan alat yang sangat penting, merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dalam sektor publik..

Menurut Kotler dan Amstrong (Kusuma, 2015: 3) Indikator harga, yaitu:

1. Daftar harga
2. Syarat pembayaran
3. Harga yang lebih murah
4. Diskon
5. Potongan harga

Tabel 3. 1 Variabel Independen dan Indikatornya

No	Variabel	Indikator	Skala
	Fasilitas	2. Fasilitas keamanan	Likert
		3. Tersedianya laundry	
		4. Tersedianya ruang message untuk pria dan wanita	
		5. Adanya koneksi internet dengan pendukungnya	
2	Kualitas Pelayanan	1. Tangible (berwujud)	Likert
		2. Reliability (keandalan)	
		3. Responsiveness (Respon/Daya tangkap)	
		4. Assurance (jaminan)	
		5. Empathy (empati)	
3	Harga Sewa	1. Daftar harga	Likert
		2. Syarat pembayaran	
		3. Harga yang lebih murah	
		4. Diskon	
		5. Potongan harga	

3.2.5. Variabel terikat atau variabel tergantung (Dependent Variabel)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, pengubah atau mengganti variabel bebas (Achmadi, 2016: 45). Variabel terikat menurut (Iriana, 2017: 87)

dalamnya yang berfungsi menerima atau menyesuaikan diri dengan kondisi variabel lain, yang disebut variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah kepuasan pelanggan (Y).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan terhadap hasil kepada pelanggan. Menurut (Kusuma, 2015: 5) Indikator Kepuasan Pelanggan (Y) indikator yang digunakan, yaitu:

1. Fasilitas yang memadai
2. Harga paket yang murah
3. Fasilitas dan harga paket keseluruhan
4. Keluhan dan pendapat
5. Fasilitas tambahan
6. Fasilitas tambahan

Tabel 3. 2 Variabel Dependen dan Indikatornya

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan	1. Fasilitas yang memadai 2. Harga paket yang murah 3. Fasilitas dan harga paket keseluruhan 4. Keluhan dan pendapat 5. Fasilitas tambahan	<i>Likert</i>

Sumber: (Kusuma, 2015: 5)

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang menginap di Hotel Swiss Inn di Batam sebanyak 104 orang.

3.3.2. Sample Penelitian

Menurut (Sukestiyarno, 2014: 95) sampel adalah bagian dari populasi yang sengaja dipilih secara representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian adalah teknik pengambilan sampel (accidental sampling method) atau disebut juga dengan sampel kebetulan. Sampel kebetulan adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. (Sugiyono, 2015: 85). Jadi sampel dalam penelitian ini menggunakan semua populasi menjadi sampel yaitu sebanyak 104 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi (Sanusi, 2013: 158). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner atau angket. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Achmadi, 2016: 118). Kuesioner berisi pertanyaan

mengenai data responden, data penelitian pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, harga sewa kamar terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam.

3.4.1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013: 92). Skala *likert* lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Dalam penelitian ini untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat di beri skor misalnya:

Tabel 3. 3 Skala Likert

	Pernyataan	Penilaian
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2012: 93)

3.5. Metode Analisis Data

Menurut (Sanusi, 2013: 178) Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Data yang berhasil dikumpul akan diproses dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 20 untuk menggambarkan pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Adapun beberapa pengujian yang akan di lakukan untuk mengetahui penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

3.5.1. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Himawati, 2017: 55). Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel.

Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan skor komponen variabel penelitian dan kemudian mengambil suatu kesimpulan. Cara menghitung skor dalam tiap komponen adalah dengan mengalihkan seluruh frekuensi data dengan nilai bobotnya.

$$RS = \frac{n(M-1)}{M}$$

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber : (Husein, 2011: 164)

Keterangan: RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah rentang skor sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
104-187	Sangat tidak memuaskan/Sangat tidak Baik/Sangat Rendah
188-270	Tidak puas/Tidak Baik/Rendah
271-353	Biasa saja/Cukup/Sedang
354-436	Puas/Baik/Tinggi
437-519	sangat Puas/Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Olah data (2018)

3.5.2. Uji Kualitas Data

Data penelitian ini, peneliti akan mengukur variabel dengan menggunakan instrument kuesioner untuk pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh, pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan valid dan reliabel, karena kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian, pengujian validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut.

3.5.2.1. Uji Validatis Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Jonathan Sarwono, 2012: 83). Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item yang akan digunakan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0.05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat validitas jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Jika suatu item memiliki capaian koefisien korelasi minimal 0.30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)*. Analisis ini dilakukan untuk mengorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Jumlah nilai dari keseluruhan item

merupakan skor total dari item tersebut. Suatu item yang memiliki korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dapat diartikan bahwa item tersebut memiliki arti mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diteliti oleh peneliti (Wibowo, 2012: 36).

Besaran nilai koefisien korelasi *product moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti ini:

$$r_{ix} = \frac{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}$$

Rumus 3. 2 Pearson ProductMoment

Sumber: Wibowo (2012:36)

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

x = Jumlah skor item

y = Jumlah skor total instrument

n = Jumlah sampel

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0.05. kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan Sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan Sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut (Sanusi, 2013: 45) reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama (Nasution, 2016 :75). Uji reliabilitas yang digunakan merupakan tes uraian, maka rumus untuk menghitung reliabilitas soal menggunakan *Conbrach Alppha* yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right] \quad \text{Rumus 3. 3 Uji Reabilitas}$$

Sumber: (Zulkifli, Suwarno, & Yuliani, 2016)

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum \sigma b^2$ = Varians skor tiap item pertanyaan.

$\sigma^2 t$ = Varians total.

k = Jumlah *item* pertanyaan

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah parameter yang dihasilkan bersifat *BLUE* (*best linier unbiased estimation*), artinya koefisien regresi pada persamaan tersebut tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang berarti.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Wibowo, 2012 : 61) uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *Bell-Shaped Curve*. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki data yang ekstrim atau biasanya jumlah data terlalu sedikit..

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika Nilai *Kolmogorv-Smirnov* $Z < Z$ tabel; atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed) > α* ; $\text{sig} > 0,05$ (Wibowo, 2012 : 62).

3.5.3.2. Multikolinearitas

Menurut (Sari, 2016) multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* sama dengan nilai VIF tinggi

karena $VIF=1/tolerance$. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikorelasi adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

3.6.4.1. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu uji *spearman's rho*, uji Glejser, uji park, dan melihat pola grafik regresi. Pada pembahasan ini akan digunakan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (Unstandardized Residual) dengan masing-masing variable independen. Jika signifikan kolerasi kurang dari 0.05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2012:93).

3.5.4. Uji pengaruh

Menurut Sanusi (Sanusi, 2013: 189) uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian.

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sanusi, 2013: 190) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2013: 190)

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X₁ = Fasilitas

X₂ = Kualitas pelayanan

X₃ = harga sewa kamar

e = Variabel pengganggu

3.5.4.2. Uji t

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Sanusi anwar, 2011: 138). Adapun caranya adalah membandingkan nilai probabilitas dari masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansinya, apabila probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05 maka artinya variabel independen secara individu, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini juga membuktikan bahwa hipotesis (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan dan penolakan hipotesis.

3.5.4.3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y (Sanusi anwar, 2011: 137). Adapun caranya adalah membandingkan nilai f hitung dengan nilai f table dengan dk pembilang (m-1) dan dk penyebut (N-1). Kaidah yang digunakan dalam uji ini adalah:

Jika $F_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$F_{hitung} < t_{tabel}$; maka H_0 ditolak

(Sanusi anwar, 2011: 138)

3.6.5.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, 2012: 135) analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase beragam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas.

Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variasi (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas

yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif (Sanusi anwar, 2011: 136).

Koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, Maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.5 Koefisien determinasi

Sumber : (Wibowo, 2012 : 136)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

ryx_1 = korelasi variabel x_1 dengan y

ryx_2 = korelasi variabel x_2 dengan y

rx_1x_2 = korelasi variabel x_1 dengan variabel x_2

3.5.4.5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2012: 64)

Uji hipotesis dapat menggunakan dua acara menurut (Wibowo, 2012: 124) yaitu dengan menggunakan tingkat signifikan atau probabilitas dan tingkat

kepercayaan. Jika dilakukan dengan tingkat signifikan kebanyakan penelitian menggunakan 0,05.

Dalam melakukan suatu penelitian, biasanya terdapat dua uji hipotesis yaitu hipotesis nul atau hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif atau H_a . hipotesis penelitian biasanya dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Hipotesis directional one tailed hypothesis, merupakan hipotesis yang memberikan atau menunjukkan arah jawaban dari hipotesis penelitiannya (hipotesis alternatif), apakah lebih kecil dari ($<$) atau lebih dari ($>$).
2. Hipotesis non directional disebutkan juga two tailed test hypothesis merupakan arah dari jawaban atas hipotesis penelitiannya (H_a).

Sedangkan hipotesis nol adalah pernyataan yang menunjukkan tidak adanya perubahan atau perbedaan, penelitian harus selalu mengingat apa yang menjadi masalah dan telah dirumuskan dalam rumusan masalahnya. Pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperlihatkan ha-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan data sampel.
2. Uji akan menghasilkan keputusan menolak keputusan hipotesis atau sebaliknya menerima hipotesis.
3. Nilai uji dilihat dengan menggunakan nilai f dan nilai t.
4. Pengambilan kesimpulan dilakukan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah suatu hipotesis nol.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam
3. Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga Sewa kamar secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Swiss Inn di Batam.

3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian ini dilakukan. Adapun penelitian ini dilakukan oleh peneliti di Hotel Swiss Inn Batam, yang berlokasi di Komplek Villa Idaman, Baloi, Batam, Indonesia Tlp: (62-778) 457 500 Fax (62-778) 457 300 Mobile: (62-813) 6458 1058. Email: hmsib@swiss-belhotel.com www.swiss-belhotel.com

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini disesuaikan dengan jadwal dengan mengumpulkan data dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

Tabel 3. 5 Jadwal penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke/ Bulan													
	2017-2018													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Sep	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Nov	Des	Des	Des	Jan	Jan	Jan	Jan
Perancangan														
Studi														
Penentuan model														
Penyusunan														
Penyerahan														
Analisis Hasil														
Kesimpulan														

Sumber : Peneliti (2018)