

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Survey pada Hotel Bintang Tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut)**

**Oleh:
Dian Hadian
STIE CIPASUNG TASIKMALAYA
email : kang_dian78@yahoo.com**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan desain penelitian kausalitas. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen hotel bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut. Analisis yang digunakan adalah analisis jalur untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel bebas dan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat baik secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis teruji kebenarannya.

Kata kunci: kualitas pelayanan, fasilitas, harga, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The objectives of this research were to know the influence of quality of service, facilities and price on customer satisfaction at three-star hotel in the Unit Area Tourism Cipanas Garut

The method used is explanatory research with research design causality. The collection of data was obtained through interviews, questionnaires, and literature. The population in this study is that consumers in the three-star hotels in in Unit Area Tourism Cipanas Garut. The analysis used is path analysis to determine the relationship between the independent variables and the influence of the independent variables with the dependent variable either simultaneously or partially.

The results showed that by using path analysis, the study found simultaneously or partially the quality of service, facilities and price influence on on the customer satisfaction, so the hypothesis was verified.

Keywords: quality of service, facilities, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu industri di dunia dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Sektor pariwisata pun telah berkembang menjadi pendorong penting bagi pertumbuhan dan kemakmuran bagi banyak negara. Sektor ini mampu menyumbang pembangunan dengan menciptakan lapangan kerja melalui perusahaan yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata maupun yang berhubungan langsung dengan pariwisata serta memberikan sumbangan berupa devisa yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur. Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan dan ekonomi negara (Pitana, 2005:15).

Usaha jasa hotel dan akomodasi merupakan salah satu komponen yang berperan penting dalam kemajuan sebuah kawasan wisata. Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi (kamar) yang dikelola secara komersial dan menyediakan pelayanan makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Hotel saat ini ditata sedemikian rupa agar menarik dengan fasilitas yang lengkap beserta pelayanan yang prima. Seiring perkembangan zaman, industri perhotelan akan terus berkembang dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Semakin maraknya bisnis hotel yang cukup bersaing sebaiknya *trend* pengelolaan fasilitas akomodasi dan pelayanan mengarah pada konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan produk dan fasilitas yang lengkap, nyaman dan berkualitas. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan

pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya.

Perusahaan yang telah memahami konsep kualitas dengan benar harus menyadari tentang pentingnya usaha yang terus menerus ke arah penyempurnaan kualitas dari produk atau jasa yang dihasilkannya. Penyempurnaan yang berkesinambungan tersebut penting artinya dalam mempertahankan daya saing perusahaan tersebut, hal ini mengingat bahwa kebutuhan konsumen bersifat dinamis dan berubah-ubah menuntut perkembangan zaman. Agar dapat bertahan pada masa yang akan datang, maka perusahaan harus terus berusaha meningkatkan kualitas sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumennya.

Diantara akomodasi yang mendukung terhadap kenyamanan kunjungan wisatawan adalah dengan tersedianya perusahaan yang menawarkan jasa pelayanan penginapan/hotel/*resort*. Di Cipanas sendiri terdapat beberapa hotel yang dapat dinikmati mulai dari hotel kelas bintang sampai hotel kelas melati. Yang dalam penelitian ini penulis mengambil lokus penelitian pada hotel dengan kategori kelas bintang tiga yang menyediakan fasilitas resort karena memang hotel berbintang di kawasan Cipanas merupakan hotel kelas bintang dengan paling banyak diantaranya Hotel Kampung Sumber Alam, Hotel Sabda Alam, dan Hotel Danau Dariza.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang memberikan pelayanan, sudah barang tentu orientasi usaha hotel adalah terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga upaya evaluatif yang bersifat mengevaluasi kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan maksimal merupakan hal yang wajib dilaksanakan demi terciptanya kepuasan konsumen. Namun berdasarkan informasi yang

diperoleh peneliti dari pihak manajemen hotel bintang tiga di kawasan wisata Cipanas pada saat dilakukan penelitian pendahuluan oleh penulis diketahui bahwa selama ini terdapat kekhawatiran dari pihak manajemen bahwa pelayanan yang diberikan selama ini kurang dapat memuaskan konsumen yang dalam hal ini adalah tamu/pengunjung hotel serta harga yang ditetapkan dari setiap jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen.

Sehingga berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada hote bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata (SKW) Cipanas Garut.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kajian Konsep Jasa dan Kualitas Pelayanan

Jasa menurut Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015: 8) didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangiality*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi yang mungkin terjadi dan produksi jasa bisa berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Menurut Fandi Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 17), jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas, dan lain-lain.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2009: 59). Selanjutnya Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Bery (1985) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2009: 69) mengidentifikasi ada sepuluh karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kesepuluh dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Reliability* (Reliabilitas)
2. *Responsiveness* (Responsivitas atau Daya Tanggap)
3. *Competence* (Kompetensi)
4. *Access* (Akses)
5. *Courtesy* (Kesopanan)
6. *Communication* (Komunikasi)
7. *Credibility* (Kredibilitas)
8. *Security* (Keamanan)
9. *Understanding* (Kemampuan Memahami Pelanggan)
10. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Kajian Konsep Fasilitas

Menurut Fandy Tjiptono (2001:184) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Senada dengan itu Lulu Sumayang (2003:124) menjelaskan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Perusahaan jasa perlu memahami respon pelanggan terhadap ketersediaan fasilitas jasa. Menurut Mudie dan Pirrie (2006) dalam Fandy Tjiptono (2014: 161), setidaknya ada enam faktor yang harus dipertimbangkan secara cermat dalam menentukan fasilitas yaitu 1) jasa perencanaan spasial, 2) perencanaan ruangan, 3) perlengkapan/perabotan, 4) tata cahaya, 5)

warna, dan 6) pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Selanjutnya menurut Dimiyanti (2002:72) fasilitas merupakan pelayanan fisik yang mendukung pelayanan non fisik, macam-macam fasilitas adalah:

1. Fasilitas fisik, berupa: kamar tidur, tempat duduk, meja, tempat makan, tempat karaoke, tempat ibadah, tempat olahraga/perawatan tubuh, dan toilet.
2. Fasilitas non fisik, berupa: udara yang bersih, musik dan lain-lain.

Adapun standar fasilitas fisik yang dimaksud adalah suatu fasilitas standar yang pasti dimiliki baik oleh hotel besar maupun hotel kecil. Fasilitas tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Areal parkir
2. *Lobby*
3. Kamar.
Sarana utama bagi tamu di hotel, di dalam kamar biasanya dilengkapi dengan *private bathroom* (kamar mandi), *Bed* (tempat tidur), *Wardrobe* (lemari pakaian), *Body mirror* (cermin), *Air Conditioner* (kipas angin) tergantung besar kecilnya, lampunya, dan mejadankursi

Kajian Konsep Harga

Selain aspek kualitas pelayanan dan fasilitas, hal lain yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa adalah penetapan harga. Strategi penentuan harga dapat dianalogikan seperti tumpukan berkaki tiga di mana tiga buah kaki yang mendasarinya adalah biaya, kompetisi, dan nilai. Biaya yang akan ditutup menjadi lantai dari tumpukan berkaki tiga tersebut terhadap harga yang akan dikenakan terhadap suatu produk jasa tertentu. Sementara nilai dari produk jasa tersebut menjadi atap, di mana harga yang dikenakan pesaing untuk produk jasa pengganti atau sejenis terletak antara atap dan lantai tumpukan berkaki tiga (Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, 2015: 213).

Selanjutnya dalam praktiknya, Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani dalam bukunya Manajemen Pemasaran Jasa (2011: 111) menjelaskan bahwa hotel memiliki berbagai jenis harga kamar. Harga kamar berbeda-beda tergantung pada jenis, luas, dan fasilitas yang disediakan. Misalnya harga kamar standar/moderat akan berbeda dengan harga kamar *deluxe* atau *superior* dan *suite*. Hal yang membedakan harga tersebut adalah lokasi kamar, arah pemandangan, dan fasilitas yang tersedia.

Harga kamar secara garis besar dibagi dua macam, yaitu harga pasti dan harga potongan. Harga pasti adalah harga kamar yang tidak dapat ditawar atau tidak mendapatkan potongan. Harga kamar ini sama persis dengan harga yang dikeluarkan oleh pihak manajemen dalam bentuk brosur. Banyak istilah lain harga pasti di dunia perhotelan, antara lain *standard rate*, *rack rate*, atau *publish rate*.

Kajian Konsep Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan (Fandy Tjiptono 2009: 199). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama dengan pemasok internal dan eksternal demi terciptanya kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya (Fandy Tjiptono, 2004:78):

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis;
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang;
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen;

4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan reputasi perusahaan di mata konsumen; dan
5. Laba yang diperoleh meningkat.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan industri pariwisata memberikan implikasi pada perkembangan dan persaingan bisnis jasa pelayanan hotel dan *resort*. Hal tersebut pula rupanya yang menuntut perusahaan - perusahaan penyedia jasa layanan hotel dan *resort* untuk merancang strategi agar dapat bertahan bahkan memenangkan persaingan dalam usaha. Hal tersebut tidak terkecuali oleh hotel bintang tiga yang termasuk ke dalam Satuan Kawasan Wisata Cipanas. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa layanan penginapan/hotel sudah barang tentu orientasi usahanya dalam mencapai profitabilitas yang diinginkan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, upaya memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas dan strategi penetapan harga merupakan hal yang wajib dilakukan dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen. Hal ini telah didukung oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu diantaranya Irah Rahayu (2015) dan Ferninda Manopo (2013) yang meneliti tentang kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya A.S. Parawansyah (2014) dan Diandaris Nur Handika Rahman (2013) yang meneliti mengenai fasilitas dalam kaitan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen serta penelitian yang dilakukan oleh Lily haryati dan Yurike Venesia (2015), Pamela Montung, Jantje Sepang dan Decky Adare (2015), Jessica Wijaya, Emmy Supriyani, dan Soeprpto Widjojo (2014) yang meneliti mengenai harga dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Semua hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel baik kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan harga

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya untuk membuktikan dan lebih meyakinkan hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan mengenai hal tersebut terlebih dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi pendukung penelitian ini yaitu (*reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding* dan *tangibles*) dandengan lokus (cakupan objek/wilayah kajian) yang berbeda perlu kiranya untuk dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen hotel bintang 3 (tiga) di wilayah yang termasuk ke dalam Satuan Kawasan Wisata (SKW) Cipanas Kabupaten Garut dengan berpijak pada hipotesis yang berdasar pada penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu perlu pula dilakukan analisis untuk mengetahui keterkaitan hubungan diantara kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang dalam penelitian ini berperan sebagai variabel bebas selain dianalisis pula kaitannya secara simultan dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu untuk memudahkan dalam proses analisis, maka metode analisis statistik yang digunakan adalah analisis jalur/*path analysis*.

Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

“Kualitas pelayanan, fasilitas dan harga baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut”

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek penelitian berkaitan erat dengan fokus dan lokus. Fokus kajian adalah

menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen. Adapun lokus kajian adalah hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) karena didalamnya tidak hanya menggambarkan mengenai fakta-fakta empirik lapangan melainkan juga menganalisis dan menjelaskan hubungan kausalitas (sebab-akibat) antar variabel. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausalitas.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data lapangan dan data teoritis, di mana kedua jenis data tersebut masing-masing diperoleh dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga memungkinkan bagi penulis untuk melihat keadaan yang sebenarnya.
2. Wawancara, yaitu dilakukan dengan cara tanya jawab langsung mengenai masalah yang diteliti dengan pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan kejelasan tentang masalah yang sedang diteliti.
3. Studi Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengamati dan mempelajari laporan-laporan dan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan.

4. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan langsung dalam bentuk draft pertanyaan yang harus diisi responden yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan kepuasan konsumen pada objek yang diteliti.

Selanjutnya populasi penelitian adalah konsumen hotel bintang tiga di SKW Cipanas yang ditentukan berdasarkan jumlah pengunjung dari tanggal 1 sampai tanggal 7 Februari 2016 sebanyak 651 orang. Selanjutnya dari populasi tersebut disurvei dengan menentukan sampel. Adapun teknik menentukan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan Krejcie-Morgan (dalam Anwar Sanusi, 2011: 101):

$$n = \frac{X^2NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2P(1-P)}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- P = proporsi populasi (0,5)
- d = derajat kesalahan (0,05)

Sehingga berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh ukuran sampel sebanyak 250 responden.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan fasilitas serta variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Selanjutnya untuk operasionalisasi variabel, tersaji pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas	a. Tampilan fisik (<i>Tangibles</i>) b. Keandalan pelayanan (<i>Reliability</i>) c. Daya tanggap pelayanan (<i>Responsiveness</i>) d. Kompetensi karyawan (<i>Competence</i>) e. Kemudahan akses (<i>Access</i>)	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
	tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Fandy Tjjiptono, 2009: 59)	f. Kesopanan karyawan (<i>Courtesy</i>) g. Kemahiran komunikasi (<i>Communication</i>) h. Kredibilitas penyedia jasa (<i>Credibility</i>) i. Keamanan fisik dan privasi (<i>Security</i>) j. Kemampuan memahami pelanggan (<i>Understanding</i>)	
Fasilitas (X_2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik/sarana pelayanan yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Sumayang, 2003:124)	a. Perencanaan ruang dan spasial b. Perlengkapan dan perabotan pendukung c. Tata cahaya dan Warna d. Kenyamanan fasilitas istirahat (kamar) e. Ketersediaan dan kenyamanan sarana ibadah f. Ketersediaan dan kenyamanan fasilitas lobi g. Ketersediaan dan kenyamanan fasilitas parkir h. Ketersediaan dan kenyamanan fasilitas restorasi i. Ketersediaan dan kenyamanan fasilitas komunikasi (jaringan telepon dan akses internet) j. Ketersediaan dan kenyamanan fasilitas rekreasi dan relaksasi (kolam renang/taman air/ <i>waterboom, outbond, spa, jogging track</i>)	Ordinal
Harga (X_3)	Sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap layanan yang diberikan dibandingkan dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan melalui sejumlah harga tertentu.	a. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan diterima oleh konsumen b. Kesesuaian harga dengan fasilitas yang dapat dinikmati c. Strategi diskon dan strategi kebijakan harga lainnya yang diterapkan perusahaan d. Kesesuaian penetapan harga dengan kategori kelas hotel (kelas bintang tiga) e. Perbandingan harga dengan perusahaan penyedia jasa layanan sejenis f. Kesesuaian harga aktual dengan harga pada penawaran g. Tingkat ekspektasi konsumen terhadap layanan dibandingkan dengan harga yang ditetapkan h. Tanggapan terhadap penetapan harga untuk fasilitas layanan tambahan	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan. Fandy Tjjiptono (2009: 199)	a. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan hotel b. Kepuasan terhadap fasilitas layanan yang tersedia c. Kepuasan terhadap kesesuaian antara harga yang diterapkan dengan kualitas layanan yang diterima konsumen d. Keinginan/minat menginap kembali	Ordinal

Sumber: Modifikasi Penulis, 2016

Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan Pengujian Hipotesis

Analisis jalur (*path analysis*) ialah suatu teknik untuk menganalisis suatu

hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel independennya memengaruhi variabel dependen tidak hanya secara langsung tetapi

juga secara tidak langsung. Analisis jalur merupakan perluasan atau kepanjangan dari analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antara variabel yang telah ditetapkan sebelumnya, serta menguji besarnya sumbangan atau kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berbeda dari regresi berganda, melalui analisa jalur dapat diketahui besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefesien jalur pada setiap diagram jalur (Verani Carolina, 2013: 168).

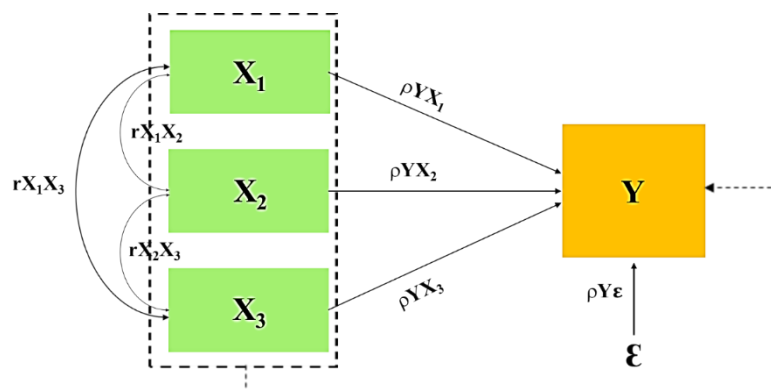
Metode analisis data ini juga digunakan untuk menjelaskan pasangan data dari variabel independen dan variabel dependen dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis dan untuk

mengetahui besarnya pengaruh suatu variabel lainnya (pengaruh variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y , maupun besarnya pengaruh antar variabel bebas (X_1 , X_2, X_3). Maka selanjutnya setiap variabel bebas (X_1 , X_2, X_3) diukur pengaruhnya terhadap variabel terikat tersebut untuk mendapatkan gambaran mengenai perbandingan pengaruh yang paling signifikan.

Selanjutnya variabel yang akan dianalisis pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas yang terdiri dari:
 - Kualitas pelayanan (X_1);
 - Fasilitas (X_2); dan
 - Harga (X_3).
2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Selanjutnya gambaran model korelasi dalam analisis jalur tersaji pada gambar berikut.



Sumber: Anwar Sanusi, 2011: 158, *dimodifikasi*

Gambar 1

Model Korelasi dalam Analisis Jalur

Keterangan:

1. Variabel X (independen), adalah variabel penyebab yang terdiri dari dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga.
2. Variabel Y (dependen), adalah variabel akibat atau disebut pula variabel terikat yang dalam penelitian ini variabel tersebut adalah kepuasan konsumen.
3. Variabel residu (ϵ), yaitu:
 - ✓ Variabel lain diluar dimensi variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang dimungkinkan memberikan

pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan telah teridentifikasi oleh teori tetapi tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini;

- ✓ Variabel lain diluar variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang dimungkinkan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan belum teridentifikasi oleh teori;
 - ✓ Kekeliruan pengukuran;
 - ✓ Komponen yang sifatnya tak menentu.
4. $r_{X_1X_2}$; $r_{X_1X_3}$; dan $r_{X_2X_3}$, menunjukkan hubungan keeratn

antara kedua variabel bebas (*independen variabel*) tersebut.

- 5. ρ_{YX} menggambarkan besarnya pengaruh langsung variabel X terhadap Y.
- 6. $\rho_{YX\epsilon}$ menggambarkan besarnya pengaruh tidak langsung variabel X terhadap variabel Y.

Selanjutnya untuk mengetahui kebermaknaan (*test of significance*) suatu hubungan dari korelasi antar variabel dalam analisis jalur, digunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

- $H_0 : \rho_{YX_u} = 0 \rightarrow$ Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen hotel bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut.
- $H_1 : \rho_{YX_u} \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen hotel bintang tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut.

Dimana $u = 1,2,3,\dots,k$

Selanjutnya menggunakan uji statistik (Anwar Sanusi, 2011: 160):

$$t_i = \frac{\rho_{YX_u}}{\sqrt{\frac{[1 - R_Y^2(X_1X_2 \dots X_k)]C_{ii}}{(n - k - 1)}}}$$

$t_i =$ mengikuti distribusi *t-student* derajat bebas $n - k - 1$.

$i = 1,2,3 \dots k$; dimana k adalah banyaknya variabel eksogen dalam substruktur yang sedang diuji.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh manakah yang paling besar diantara variabel eksogen terhadap variabel endogen maka perlu dilakukan uji beda pada kedua koefisien jalur tersebut (Anwar Sanusi, 2011: 160).

Adapun langkah pengujian statistik tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan koefisien jalur yang akan diuji perbedaannya. Kemudian, tentukan hipotesis statistik yang akan diuji
 $H_0 : \rho_{YX_u} = 0$

$H_1 : \rho_{YX_u} \neq 0 ; u = 1,2,3, \dots, k$

2) Menggunakan uji statistik

$$t_i = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_j}}{\sqrt{\frac{[1 - R_Y^2(X_1X_2 \dots X_k)]C_{ii} + C_{jj} - 2C_{ij}}{(n - k - 1)}}}$$

Dalam hal ini t mengikuti distribusi *t-student* derajat bebas $(n - k - 1)$

- 3) Menghitung *pvalue* dan mengambil kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Tiga Di SKW Cipanas Garut

Sebagai bagian dari rangkaian analisis secara simultan, maka dilakukan perhitungan korelasi antar variabel bebas untuk mengetahui keeratan hubungan diantara ketiganya. Berdasarkan hasil perhitungan korelasional antar ketiga variabel bebas tersebut diketahui nilai korelasi antara kualitas pelayanan dengan fasilitas ($r_{X_1X_2}$) adalah sebesar 0,701, nilai korelasi antara fasilitas dan harga ($r_{X_2X_3}$) adalah sebesar 0,701 dan nilai korelasi antara kualitas pelayanan dengan harga ($r_{X_3X_1}$) adalah sebesar 0,668.

Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian statistik melalui uji F dengan bantuan SPSS versi 16.0 memperlihatkan hasil F_{hitung} sebesar 127,414 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,64. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan yang juga mengartikan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya. Adapun melihat besar pengaruh tersebut diperoleh dari pengkuadratan nilai $\rho_{X_1X_2X_3}$ atau R sebesar 0,780 menjadi 0,608 ($R Square$ (R^2)), yang artinya bahwa pengaruh secara simultan kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) dan harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut sebesar 60,8 persen.

Dari hasil perhitungan diketahui pula bahwa pengaruh variabel lain yang tidak diteliti adalah sebesar 0,392 atau 39,2 persen variabel tersebut bisa jadi pengaruh faktor lokasi, bauran pemasaran, aspek emosional dan lain-lain sehingga diharapkan penelitian ini akan disempurnakan oleh penelitian yang sejenis dengan penelitian ini ke depan.

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat kita ketahui bahwa secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang diberikan oleh hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya dari hasil tersebut dengan memperhatikan hasil perhitungan analisis secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel. Pengaruh secara simultan yang ditunjukkan cukup besar. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa baik kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang diberikan oleh hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut sudah dirasakan baik oleh konsumennya.

Namun kiranya jika memperhatikan secara seksama berdasarkan analisis deskriptif yang sudah dilakukan dan dipaparkan sebelumnya, berdasarkan nilai jenjang interval diketahui bahwa dari ketiga variabel bebas yang diteliti hanya 1 (satu) variabel yang terklasifikasi sangat baik sedangkan 2 (dua) variabel lain terklasifikasikan baik yang mengindikasikan bahwa dua variabel ini masih berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik. Dua variabel tersebut adalah variabel kualitas pelayanan dan variabel fasilitas sedangkan satu variabel yang sudah terklasifikasikan sangat baik yaitu variabel harga. Hal ini juga diperkuat dengan merujuk hasil analisis perhitungan statistik menunjukkan bahwa dari jumlah pengaruh secara simultan yang cukup besar tersebut diketahui bahwa pengaruh terbesar berasal dari variabel harga (42,9 persen) kemudian disusul oleh pengaruh variabel fasilitas fisik (10,5 persen) dan variabel kualitas pelayanan sebesar (7,4 persen). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persentase pengaruh yang cukup besar diantara variabel bebas terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Tiga Di SKW Cipanas Garut

Berdasarkan hasil perhitungandiketahui bahwa besarnya kekuatan kualitas pelayanan (X_1) terhadap perubahan yang terjadi pada kepuasan konsumen (Y) secara langsung adalah 1,46 persen ($0,014641 \times 100\%$), sedangkan kekuatan yang melalui X_2 adalah 1,38 persen dan kekuatan yang melalui X_3 adalah 4,57 persen. Dengan demikian, secara total variabel X_1 dapat menentukan perubahan dalam Y sebesar 7,41 persen (pembulatan).

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi pengaruh yang terjadi dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , yang hasilnya menunjukkan nilai t_{hitung} (2,034) lebih besar dari t_{tabel} (1,64). Atau dapat pula dilihat dari nilai signifikan pada hasil perhitungan SPSS sebesar 0,043 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 atau sebesar 5%. Hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh parsial secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut dan hal ini juga mengartikan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya.

Hasil tersebut di atas sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Irah Rahayu (2015), Ferninda Manopo (2013), Nora Pitri Nainggolan (2011), Vivi Ristanti, Muchsin S Shihab, dan Endi Rekarti (2011), Panca Winahyuningsih (2011), Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010), Ida Manulang (2010), Retno Dwi Hastuti (2006) yang dalam penelitian mereka sama-sama menyertakan variabel kualitas konsumen dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, kesemua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa memang kalau secara umum berdasarkan analisis deskriptif seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya kualitas pelayanan yang sudah dilakukan oleh pihak hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut sudah terklasifikasikan baik namun hal ini masih berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik dan hasil analisis statistik menunjukkan bahwa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 7,4 persen dan merupakan pengaruh paling kecil diantara 3 (variabel) bebas yang diteliti.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari 10 (sepuluh) indikator yang diteliti dalam mengukur kualitas pelayanan pada hotel bintang tiga di SWK Cipanas Garut, terdapat beberapa indikator yang masih berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik dengan tidak mengesampingkan pengembangan indikator lain yang sudah sangat baik. Indikator – indikator yang potensial untuk ditingkatkan tersebut yaitu:

1. Kehandalan karyawan;
2. Kompetensi karyawan;
3. Kredibilitas pelayanan hotel; dan
4. Kemampuan karyawan dalam memahami konsumen.

Pengaruh Secara Parsial Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Tiga Di SKW Cipanas Garut

Berdasarkan hasil perhitungandiketahui bahwa besarnya kekuatan fasilitas (X_2) terhadap perubahan yang terjadi pada kepuasan konsumen (Y) secara langsung adalah 2,66 persen ($0,026569 \times 100\%$), sedangkan kekuatan yang melalui X_1 adalah 1,38 persen dan kekuatan yang melalui X_3 adalah 6,46 persen. Dengan demikian, secara total variabel X_2 dapat menentukan perubahan dalam Y sebesar 10,50 persen (pembulatan).

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi pengaruh yang terjadi dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , yang hasilnya menunjukkan nilai t_{hitung} (2,622) lebih besar dari t_{tabel} (1,64). Atau dapat pula dilihat dari nilai signifikan pada hasil perhitungan SPSS (terlampir) sebesar 0,009 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 atau sebesar 5 persen. Hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh parsial secara signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut dan hal ini juga mengartikan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya.

Hasil tersebut di atas sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh A.S. Parawansyah (2014), Diandaris Nur Handika Rahman (2013) dan Samsul Arifin (2011), dan Respati Mangayu Hapsari (2011), yang dalam penelitian mereka sama-sama menyertakan variabel fasilitas dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, kesemua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada dasarnya berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik diketahui bahwa secara umum fasilitas yang tersedia pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut sudah baik, namun masih berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan nilai jenjang interval yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas terklasifikasi baik dari 5 (lima) klasifikasi yaitu sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik. Begitu pula hasil analisis perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut adalah sebesar 10,5 persen sedikit lebih besar dari pengaruh kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari 10 (sepuluh) indikator yang diteliti dalam mengukur fasilitas pada hotel bintang tiga di SWK Cipanas Garut, terdapat beberapa indikator yang masih berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik dengan tidak mengesampingkan pengembangan indikator lain yang sudah sangat baik. Indikator – indikator yang potensial untuk ditingkatkan tersebut yaitu:

1. Kelengkapan fasilitas;
2. Kenyamanan kamar dan tempat tidur;
3. Kenyamanan ruang obi;
4. Kenyamanan restoran; dan
5. Kenyamanan fasilitas penunjang lainnya (rekreasi dan relaksasi).

Pengaruh Secara Parsial Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Tiga Di SKW Cipanas Garut

Berdasarkan hasil perhitungandiketahui bahwa besarnya kekuatan harga (X_3) terhadap perubahan yang terjadi pada kepuasan konsumen (Y) secara langsung adalah 31,92 persen ($0,319225 \times 100\%$), sedangkan kekuatan yang melalui X_1 adalah 4,57 persen dan kekuatan yang melalui X_2 adalah 6,46 persen. Dengan demikian, secara total variabel X_2 dapat menentukan perubahan dalam Y sebesar 42,95 persen (pembulatan).

Adapun untuk mengetahui signifikansi pengaruh yang terjadi dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , yang hasilnya menunjukkan nilai t_{hitung} (9,462) lebih besar dari t_{tabel} (1,64). Atau dapat pula dilihat dari nilai signifikan pada hasil perhitungan SPSS (terlampir) sebesar 0,00 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05 atau sebesar 5%. Hal tersebut mengartikan bahwa terdapat pengaruh parsial secara signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut dan hal

ini juga mengartikan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya.

Hasil tersebut di atas sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lily haryati dan Yurike Venesia (2015), Pamela Montung, Jantje Sepang dan Decky Adare (2015), Jessica Wijaya, Emmy Supriyani, dan Soeprpto Widjojo (2014), Sri Rejeki (2013), Dahlan Muhadi dan Djamudin (2013), yang dalam penelitian mereka sama-sama menyertakan variabel harga dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, kesemua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tanggapan/respon konsumen terhadap semua indikator harga tersebut terklasifikasikan sudah sangat baik. Hal ini juga diperkuat dengan hasil perhitungan statistik yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga memberikan pengaruh yang paling besar diantara variabel bebas yang lain terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut yaitu sebesar 42,9 persen. Hal ini mengartikan pula bahwa:

1. Harga yang dibebankan dinilai sudah sesuai dengan layanan yang diterima konsumen;
2. Harga yang dibebankan sudah sesuai dengan fasilitas yang dapat dinikmati oleh konsumen;
3. Strategi diskon dan kebijakan harga dinilai sangat menarik oleh konsumen;
4. Penetapan harga dinilai sudah sesuai dengan kelas hotel yaitu bintang tiga dengan segala pelayanan dan fasilitas yang dapat dinikmati;
5. Perbandingan harga dengan penyedia jasa layanan sejenis adalah terjangkau;
6. Harga pada penawaran sesuai dengan harga aktual;
7. Melalui harga yang ditetapkan sesuai dengan ekspektasi konsumen;

8. Penetapan harga untuk layanan tambahan dinilai terjangkau oleh konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga pada hotel bintang tiga di satuan kawasan wisata Cipanas Garut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai gambaran tentang kualitas pelayanan, fasilitas dan harga pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut diketahui bahwa ketiga variabel tersebut terklasifikasikan sudah baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan konsumen hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga.
3. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa baik secara simultan maupun parsial, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut.

Selanjutnya saran yang dapat disampaikan melalui penelitian ini diantaranya:

1. Saran untuk perusahaan
 - a. Berdasarkan simpulan yang diketahui bahwa semua variabel bebas yang meliputi kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen pada hotel bintang tiga di SKW Cipanas Garut sudah baik. Hal tersebut merupakan sebuah prestasi yang baik dan oleh karenanya

harus dipertahankan bahkan ditingkatkan menjadi semakin baik. Terlebih ditengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, sudah barang tentu para pesaing tidak akan tinggal perusahaan hendaknya jangan dulu berpuas diri, upaya berupa *research and development* (penelitian dan pengembangan) merupakan hal yang wajib secara kontinyu dilakukan agar tidak tersisih oleh pesaing.

b. Beberapa aspek berpotensi untuk ditingkatkan menjadi semakin baik diantaranya:

1) Kualitas Pelayanan meliputi:

- ✓ Kehandalan karyawan
- ✓ Kompetensi karyawan
- ✓ Kesopanan dan keramahan karyawan
- ✓ Kredibilitas pelayanan hotel
- ✓ Kemampuan karyawan dalam memahami konsumen

Upaya untuk meningkatkan kehandalan, kompetensi, kesopanan dan kemampuan karyawan dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan pelayanan, dan pengembangan kepribadian karyawan yang dilakukan intensif dan kontinyu. Sementara dalam rangka meningkatkan kredibilitas layanan hotel dapat dilakukan melalui kegiatan *branchmarking* dengan perusahaan sebidang dengan predikat kelas lebih tinggi,

pelatihan manajerial bagi manajemen hotel, dan menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk memberikan kemudahan-kemudahan sebagai bentuk peningkatan pelayanan.

2) Fasilitas:

- ✓ Kelengkapan fasilitas
- ✓ Kenyamanan kamar dan tempat tidur
- ✓ Kenyamanan ruang lobi
- ✓ Kenyamanan restoran
- ✓ Ketersediaan fasilitas penunjang lainnya (rekreasi dan relaksasi)

Semua aspek dalam fasilitas tersebut di atas dapat ditingkat melalui penambahan item atau diferensiasi fasilitas, peningkatan kualitas fasilitas, dan penambahan layanan lain yang dapat dinikmati secara gratis ketika menginap.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya
Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk dapat menambah variabel independen lainnya selain kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang tentunya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen misalnya, aspek lokasi, aspek emosional, promosi dan lain-lain agar dapat lebih melengkapi penelitian ini karena diketahui masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta
- A. S. Parawansyah. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Di Hotel Tree Di Makassar*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- As Dimiyanti. 2002. *Pengetahuan Dasar Perhotelan*. Penerbit CV Devire Sanan. Jakarta.
- Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa (Merencanakan, Mengelola dan Membidik Pasar Jasa)*. CAPS. Yogyakarta.
- Diandaris Nurhandika Rahman. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ke-3. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2009. *Strategi Pemasaran. Edisi ke-2. Cetakan ke-7*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ferninda Manopo. 2013. *Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Puri Manado*. Jurnal EMBA Volume 1, Nomor 4, Desember 2013, halaman 1341-1348.
- Irah Rahayu. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Kumala Di Samarinda*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 3, Nomor 1, halaman 55-67. ISSN: 2355-5408.
- Jessica Wijaya, Emmy Supriyani, dan Soeprapto Widjojo. 2014. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Pemasangan Wallpaper Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Volume 2, Nomor 1, 2015, halaman 51-58. ISSN: 2337 – 7860.
- Lalu Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lily Harjati dan Yurike Venesia. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. E-Jurnal
- Nora Pitri Nainggolan. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi*. TESIS. Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Pamela Montung, Jantje Sepang dan Decky Adare. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 3, Nomor 1, halaman 55-67. ISSN: 2355-5408.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-dampak Pariwisata*. Andi Offset. Yogyakarta.

- Respati Mengayu Hapsari. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Retno Dwi Hastuti. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Di Surakarta*. TESIS. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Samsul Arifin. 2011. *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Jepara Indah*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis Volume 8, Nomor 1, Maret 2011.
- Sri Rejeki. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Siantar Hotel Di Pematangsiantar*. TESIS. Program Pascasarjana Universitas Terbuka Jakarta.
- Verani Carolina. 2013. *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta. Bandung.
- Vivi Ristanti, Muchsin Sggaff Shihab, dan Endi Rekart. 2011. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Volume 9, Nomor 17, Juni 2011.