

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah**

##### **Objek Penelitian**

Hotel Horison Palembang merupakan nama sebelumnya dari The Arista Palembang. Proses rebranding ini merupakan komitmen manajemen untuk lebih memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Setelah dalam kurun waktu 6 bulan beroperasi pihak manajemen berkeyakinan dengan kemampuan, SDM dan pengalaman yang dimiliki, melakukan pergantian nama dengan tujuan dapat menjadi hotel terbaik pilihan masyarakat.

#### **B. Visi dan Misi**

##### **1. Visi**

Mendapatkan kesetiaan tamu agar selalu menggunakan The Arista Hotel apabila mereka membutuhkan akomodasi atau outlet-outlet penunjang hotel lainnya.

##### **2. Misi**

Menciptakan peluang untuk menyenangkan tamu dengan cara mengantisipasi kebutuhannya dan selalu berusaha mencari jalan agar apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh tamu dapat kita lebihkan.

### C. Keunggulan dan keluhan Hotel

Keunggulan Hotel Arista Palembang.

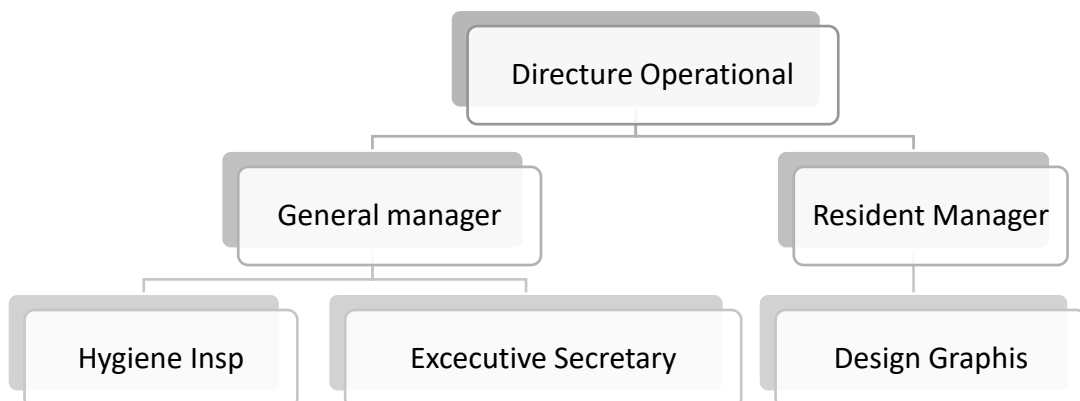
- a. Sarapan pagi lengkap, buka lebih awal jam 05.00 WIB. Menu masakan enak, higienis dari bahan-bahan makanan berkualitas premium
- b. WIFI bisa diakses langsung ke kamar
- c. Paket kamar termasuk breakfast untuk 2 orang, kolam renang untuk 2 orang dewasa dan 2 orang anak-anak, fitness, dan sauna
- d. Bisa dijemput di airport (by request dahulu)
- e. Tersedia perlengkapan untuk bayi seperti tempat tidur bayi, selimut bayi dan bak mandi bayi.

Keluhan Pelanggan

- a. Untuk shower, terkadang ada beberapa tamu yang tidak familiar dalam cara penggunaannya (di Tarik dulu, baru bisa digerrakan ke kanan atau kekiri untuk mengatur suhu air panas atau dingin).

### ORGANIZATION CHART

Executive Office Department



#### D. Karakteristik Responden

Dari penelitian ini jumlah dari responden sebanyak 40 pelanggan. Dapat diidentifikasi berdasarkan hasil dari kuesioner berkarakteristik dari responden yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan banyaknya kunjungan. Pengelompokan dari responden tersebut bertujuan untuk mengetahui lebih rinci dari masing-masing profil responden dan dijadikan sampel penelitian sebagai berikut:

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	25	65%
2.	Perempuan	14	35%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2019*

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik responden Hotel Arista Palembang berdasarkan jenis kelamin. Karyawan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 dengan persentase 65%, sedangkan untuk berjenis kelamin perempuan berjumlah 14 dengan persentase 35%.

##### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18-28	6	15%
2.	29-39	18	45%
3.	>40	16	40%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2019*

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik responden Hotel Arista Palembang berdasarkan usia. Pelanggan yang berusia 18-28 berjumlah 6 dengan persentase 15%, pelanggan berusia 29 – 39 berjumlah 18 dengan persentase 45% dan pelanggan yang berusia lebih dari 40 berjumlah 16 dengan persentase 40%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4.3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	S2	4	10%
2.	S1	30	75%
3.	SMA	6	15%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2019*

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik Hotel Arista Palembang berdasarkan pendidikan. Pelanggan dengan tingkat pendidikan S2 berjumlah 4 dengan persentase 10%, untuk tingkat pendidikan S1 berjumlah 30 dengan persentase 75% dan tingkat SMA berjumlah 6 dengan persentase 15%.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS	30	75%
2.	Karyawan	6	15%
3.	Wiraswasta	2	5%
4.	IBT	2	5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2019*

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik responden Hotel Arista Palembang berdasarkan pekerjaan. Jumlah pelanggan berdasarkan pekerjaan PNS berjumlah 30 dengan persentase 75%, pelanggan berdasarkan pekerjaan sebagai karyawan yang berjumlah 6 dengan persentase 15% dan pelanggan yang berdasarkan pekerjaan wiraswasta dengan jumlah 2 dengan persentase 5% dan IBT berjumlah 2 dengan persentase 5%

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan

**Tabel 4.5**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan**

No.	Banyaknya Kunjungan	Jumlah	Persentase
1.	1	28	70%
2.	2-3	8	20%
3.	>3	4	10%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan data primer, 2019

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik responden Hotel Arista Palembang berdasarkan banyaknya kunjungan. Pelanggan yang berkunjung 1 kali berjumlah 28 dengan persentase 70%, pelanggan dengan banyaknya kunjungan 2-3 kali berjumlah 8 dengan persentase 20% dan pelanggan yang berkunjung lebih dari 3 berjumlah 4 dengan persentase 10%.

## E. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Dalam uji validitas dilakukan dengan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dan tingkat signifikan 0,05 dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Apabila  $r$  hitung > dari  $t$  table maka pernyataan tersebut valid. Dari penelitian ini diketahui

bahwa nilai r tabel adalah 0,3120. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dari setiap item bahwa r hitung  $>$  0,3120 dan hal ini menunjukkan bahwa data yang kita uji menunjukkan data valid, berikut tampilan hasil data yang di uji dengan metode korelasi pearson:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Harga (X1)**

No.	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,832	0,3120	Valid
2.	Pernyataan 2	0,847	0,3120	Valid
3.	Pernyataan 3	0,767	0,3120	Valid
4.	Pernyataan 4	0,761	0,3120	Valid
5.	Pernyataan 5	0,691	0,3120	Valid
6.	Pernyataan 6	0,679	0,3120	Valid
7.	Pernyataan 7	0,768	0,3120	Valid
8.	Pernyataan 8	0,653	0,3120	Valid
9.	Pernyataan 9	0,807	0,3120	Valid
10.	Pernyataan 10	0,767	0,3120	Valid

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil data yang diuji validitas untuk variabel harga (X1) semua r hitung  $>$  dari t tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel harga (X1) dikatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Kualitas Pelayanan (X2)**

No.	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,497	0,3120	Valid
2.	Pernyataan 2	0,460	0,3120	Valid
3.	Pernyataan 3	0,672	0,3120	Valid
4.	Pernyataan 4	0,489	0,3120	Valid
5.	Pernyataan 5	0,335	0,3120	Valid
6.	Pernyataan 6	0,445	0,3120	Valid
7.	Pernyataan 7	0,561	0,3120	Valid
8.	Pernyataan 8	0,752	0,3120	Valid
9.	Pernyataan 9	0,459	0,3120	Valid
10.	Pernyataan 10	0,386	0,3120	Valid
11.	Pernyataan 11	0,621	0,3120	Valid

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa data yang kita uji validitas hasil nya untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) semua r hitung > dari t tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua data variabel Kualitas Pelayanan (X2) dikatakan Valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Fasilitas (X3)**

No.	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,501	0,3120	Valid
2.	Pernyataan 2	0,594	0,3120	Valid
3.	Pernyataan 3	0,364	0,3120	Valid
4.	Pernyataan 4	0,587	0,3120	Valid
5.	Pernyataan 5	0,557	0,3120	Valid
6.	Pernyataan 6	0,391	0,3120	Valid
7.	Pernyataan 7	0,614	0,3120	Valid
8.	Pernyataan 8	0,690	0,3120	Valid
9.	Pernyataan 9	0,645	0,3120	Valid
10.	Pernyataan 10	0,647	0,3120	Valid
11.	Pernyataan 11	0,452	0,3120	Valid
12.	Pernyataan 12	0,525	0,3120	Valid
13.	Pernyataan 13	0,511	0,3120	Valid
14.	Pernyataan 14	0,537	0,3120	Valid

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa data yang kita uji validitas hasil nya untuk variabel Fasilitas (X3) semua r hitung > dari t tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua data variabel Fasilitas (X3) dikatakan Valid.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,572	0,3120	Valid
2.	Pernyataan 2	0,524	0,3120	Valid
3.	Pernyataan 3	0,541	0,3120	Valid
4.	Pernyataan 4	0,670	0,3120	Valid
5.	Pernyataan 5	0,438	0,3120	Valid

6.	Pernyataan 6	0,541	0,3120	Valid
7.	Pernyataan 7	0,375	0,3120	Valid
8.	Pernyataan 8	0,547	0,3120	Valid

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa data yang kita uji validitas hasil nya untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) semua  $r$  hitung  $>$  dari  $t$  tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua data variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan Valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Untuk dapat menentukan reliabel atau tidaknya kuesioner maka digunakan *alpha cronbach*, kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila seseorang bisa menjawab dengan konsisten. Kuesioner reliabel ini apabila *alpha cronbach*  $>0,060$  dan tidak reliabel jika  $<0,60$

Dibawah ini adalah tampilan hasil uji reliabilitas yang diperoleh:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Standar	<i>Croanbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X1)	0,60	0,777	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0,60	0,710	Reliabel
3.	Fasilitas (X4)	0,60	0,788	Reliabel
4.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,60	0,630	Reliabel

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Dari tabel diatas bahwa uji reliabilitas dari *croanbach Alpha*  $>0,06$  dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengukur variabel.



## F. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* >0,05 maka residual menyebar normal begitupun sebaiknya apabila *Asymp.sig (2- tailed)* <0,05 maka data akan menyebar secara tidak normal. Untuk menguji normalitas apakah bersifat normal atau tidak maka peneliti menggunakan analisa *kolmogrof-smirnov* (K-S) sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61474068
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.079
	Negative	-.072
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Berdasarkan hasil yang di uji diketahui bahwa semua data variabel menunjukkan nilai  $\text{sig} > \alpha$  (0,05) dilihat dari kolom asmp sig (2- tailed) yaitu  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa sampel distribusi normal.

## 2. Uji Linieritas

Uji linieritas dapat digunakan untuk menghasilkan apakah variabel bebas yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel-variabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linieritas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Kepuasan * Harga	Between Groups	(Combined)	127.708	16	7.982	1.705	.118
		Linearity	33.937	1	33.937	7.250	.013
		Deviation from Linearity	93.771	15	6.251	1.335	.259
Within Groups			107.667	23	4.681		
Total			235.375	39			

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Dari tabel di atas, dapat dilihat dari hasil uji linier dengan nilai sig pada linier yang memiliki nilai sebesar  $0,013 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa nilai uji linier Harga(X1), tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Linieritas**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	139.342	11	12.667	3.693	.003
Between Groups (Combined)	113.820	1	113.820	33.186	.000
Linearity	25.522	10	2.552	.744	.678
Deviation from Linearity					
Within Groups	96.033	28	3.430		
Total	235.375	39			

*Sumber: Olahan data primer 2019*

Dari tabel di atas, dapat dilihat dari hasil uji linier dengan nilai sig pada linier yang memiliki nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan

bahwa terdapat nilai linier antara variabel Kualitas Pelayanan (X2), Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Linieritas**  
**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Fasilitas	Between Groups (Combined)	13	10.490	2.755	.013
	Linearity	1	111.450	29.270	.000
	Deviation from Linearity	12	2.077	.545	.864
Within Groups	99.000	26	3.808		
Total	235.375	39			

Sumber: Olahan data primer 2019

Dari tabel di atas, dapat dilihat dari hasil uji linier dengan nilai sig pada linier yang memiliki nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat nilai linier antara variabel Fasilitas (X3), Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dikatakan uji ini tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10,00$ . Berikut adalah hasil tabel pengujian uji multikolinearitas

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

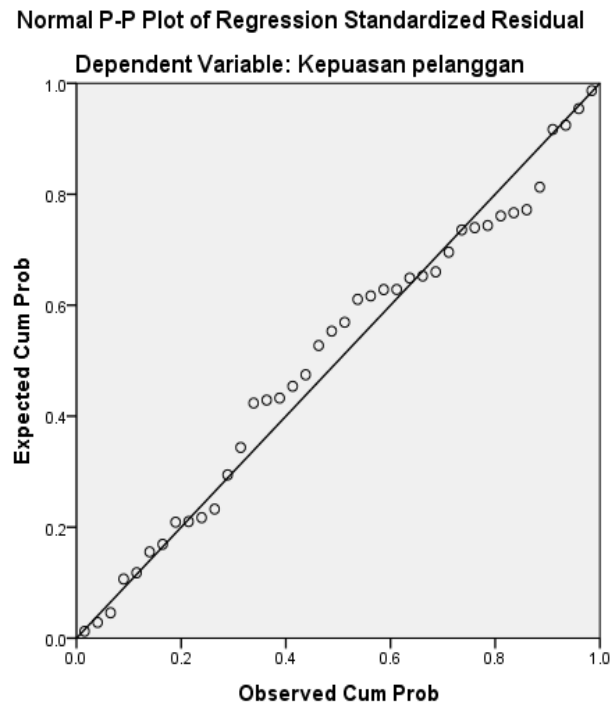
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.858	4.064		.949	.345		
Harga	.100	.046	.231	2.168	.036	.943	1.061
Kualitas Pelayanan	.317	.108	.423	2.950	.006	.519	1.926
Fasilitas	.194	.083	.340	2.328	.026	.502	1.991

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Olahan data primer 2019

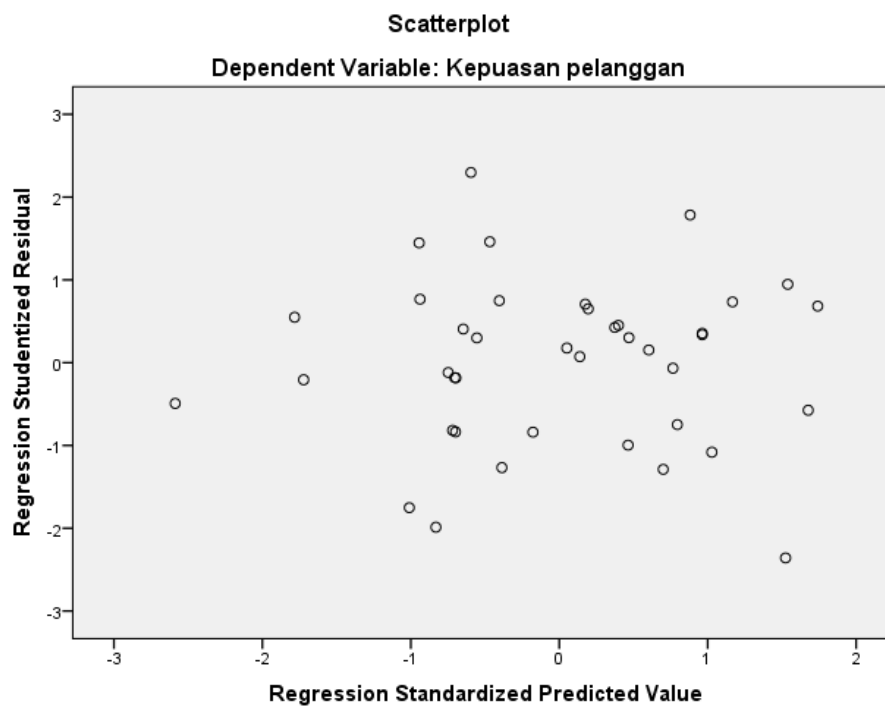
Hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas dapat dilihat pada kolom *tolerance* ketiga variabel independen Harga (X1) 0,943, Kualitas Pelayanan (X2) 0,519, Fasilitas (X3) 0,502, nilai tersebut menunjukkan  $> 0,10$ . Nilai VIF ketiga variabel independen Harga (X1) 1,061, Kualitas Pelayanan (X2) 1,926 Fasilitas (X3) 1,991 menunjukkan  $< 10,00$ , oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Olahan data primer 2019



Heteroskedastisitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk menguji data apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya

Heteroskedastisitas = dengan menggunakan cara untuk mendeteksinya yaitu dengan analisi output scatterplots SPSS. Apabila pada grafik diketahui titik-titik penyebaran diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

Pada gambar diatas, dapat dikatakan bahwa uji Heteroskedastisitas bisa dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas, dikarenakan dari gambar diatas grafik diketahui titik-titik penyebaran diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas

### G. Analisis Regresi Linear Berganda

Penggunaan analisis regresi linear beranda adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dan variabel terkait (Kepuasan Pelanggan).

Rumus analisis regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

**Tabel 4.17**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Toleran ce	VIF
1	(Constant)	3.858	4.064		.949	.345		
	Harga	.100	.046	.231	2.168	.036	.943	1.061
	KualitasPela yanan	.317	.108	.423	2.950	.006	.519	1.926
	Fasilitas	.194	.083	.340	2.328	.026	.502	1.991

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Olahan data primer 2019

Maka didapat perhitungannya pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 3.858 + 0,100X_1 + 0,317X_2 + 0,194X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = koefesien Regresi

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Fasilitas

5. Konstanta besarnya 7,682 dengan koefesien Harga X1, Kualitas Pelayanan X2, Fasilitas X3 bernilai nol (0), maka diperoleh Kepuasan Pelanggan sebesar 7,682 satuan.
6. Koefesien regresi Harga (X1) sebesar 0,100 bernilai positif, artinya harga semakin meningkat maka akan menambah kepuasan pelanggan dengan memperoleh rata-rata 0,100.



7. Koefesien regresi Kualitas Pelayanan (X2) 0,315 bernilai positif artinya kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatnya kualitaa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan perolehan rata-rata 0,315.
8. Koefesien regresi Fasilitas (X3) 0,239 bernilai positif, maka akan semakin meningkat terhadap kepuasan pelanggan dengan memperoleh rata-rata 0,239.

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji Koefesien Determinasi R Square ( $R^2$ )

Uji koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel.

**Tabel 4.18**  
**Hasil model summary**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 <sup>a</sup>	.615	.583	1.586

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, KualitasPelayanan  
*Sumber: Olahan data primer 2019*

Dari tabel diatas hasil model summary menunjukkan bahwa variabel Harga,Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan hasil sebesar 0,583 atau 583% sedangkan sisanya sebesar 0,158 atau 158% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

### 2. Uji F (Silmutan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05

**Tabel 4.19**  
**Hasil uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.863	3	44.288	19.206	.000 <sup>b</sup>
	Residual	90.512	36	2.514		
	Total	235.375	39			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, KualitasPelayanan

Sumber: Olahan data primer 2019

Dari hasil penelitian ini uji F dapat dibandingkan besarnya angka F hitung dan F tabel. F hitung yang telah diolah dalam SPSS diperoleh sebesar 19,206 selanjutnya F tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan rumus  $df = n - \text{jumlah variabel}$ .

Dan diperoleh dalam angka F tabel sebesar 2,87. Berdasarkan hasil uji pengolahan SPSS diperoleh dengan angka F hitung  $> F$  tabel atau  $19,206 > 2,87$ , Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka didapatkan bahwa pengaruh antara variabel *independent* (Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas) terhadap variabel *dependent* (Kepuasan Pelanggan) adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan F hitung  $>$  tabel atau  $19,206 > 2,87$  dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 3. Uji T (Parsial)

Uji T diukur dengan membandingkan antara  $t$  hitung dan  $t$  tabel berpengaruh terhadap variabel *dependent*, begitu juga dengan sebaliknya, apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka secara parsial variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

**Tabel 4.20**  
**Hasil uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.858	4.064		.949	.349
Harga	.100	.046	.231	2.168	.037
Kualitas Pelayanan	.317	.108	.423	2.950	.006
Fasilitas	.194	.083	.340	2.328	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olahan data primer 2019

Dari data tabel diatas variabel harga, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,168, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  didistribusikan sebesar 1,688 maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikannya yaitu  $0,037 > 0,05$  artinya secara individual harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Dan untk variabel Kualitas Pelayanan, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,950, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  didistribusikan sebesar 1,688 maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikannya yaitu  $0,006 < 0,05$  artinya secara individual kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan variabel Fasilitas nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,328, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  didistribusikan sebesar 1,688 maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikannya yaitu  $0,026 < 0,05$  artinya secara individual Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

## I. Pembahasan dan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel

#### **AristaPalembang.**

Dari hasil pengujian data yang diatas telah dilakukan antara variabel Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y), menunjukkan bahwa variabel dengan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dilihat dari nilai  $T_{hitung}$  yang memiliki nilai sebesar 2,168 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,688 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( 2,168 > 1,688) dengan nilai signifikan  $0,037 > 0,05$  dengan demikian dapat dilakukan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Hotel Arista Palembang.

Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y. Yamanto di kutip dari Laksana bahwa “harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”<sup>1</sup>Berdasarkan definisi

---

<sup>1</sup> Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran; pendekatan praktis.* (Graha Ilmu: Yogyakarta, 2008), hlm.105

tersebut maka harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan/ atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa pada Hotel Arista Palembang.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Arista Palembang.**

Dari hasil pengujian data yang diatas telah dilakukan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y), menunjukkan bahwa variabel dengan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dilihat dari nilai  $T_{hitung}$  yang memiliki nilai sebesar 2,950 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,688 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( 2,950 > 1,688) dengan nilai signifikan  $0,006 > 0,05$  dengan demikian dapat dilakukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Hotel Arista Palembang.

Kualitas pelayanan menurut Goeth dan Davis dalam Tjiptono merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi

atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.<sup>2</sup>

### **3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Arista Palembang.**

Dari hasil pengujian data yang diatas telah dilakukan antara variabel Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y), menunjukkan bahwa variabel dengan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dilihat dari nilai  $T_{hitung}$  yang memiliki nilai sebesar 2,328 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,688 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,328 > 1,688$ ) dengan nilai signifikan  $0,026 > 0,05$  dengan demikian dapat dilakukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Hotel Arista Palembang.

Menurut Tjiptono, "fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen". Selain itu ada juga menurut Kotler dan Keller, mendefinisikan "fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjualan jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen". Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.

---

<sup>2</sup> Danang Sunyoto, "Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen". (CAPS: Yogyakarta, 2012), hlm. 226

#### **4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Arista Palembang.**

Dari hasil pengujian data yang diatas telah dilakukan antara variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X3), terhadap Kepuasan Pelanggan(Y), menunjukkan bahwa variabel (independen) dan variabel dependen berpengaruh secara bersamaan, (simultan) dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, Hal tersebut dilihat dari nilai  $T_{hitung}$  yang memiliki nilai sebesar 0,638, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Fasilitas (X3) nilai uji variabel (independen) sangat berpengaruh dengan variabel (dependen) Kepuasan Pelanggan (Y) dengan memiliki nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19,206 > 2,87$ ) dengan taraf sig  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Arista Palembang.

Menurut Kotler dalam jurnal Harahap, kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (Hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Diana Sari Harahap, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hote Dhaksina Hotel Medan" Vol.1, No.2, April 2015, hlm.89

