

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SWISS-BELHOTEL BORNEO BANJARMASIN

Ila Nurliana¹

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Pembimbing 1 : Farida Yulianti ², Pembimbing 2 : Muhammad Hadini ³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 16310729

²Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 1121076901

³Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 1129017701

Email: ilanurliana735@gmail.com/081280647053

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas pelayanan dan (2) harga terhadap (3) kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40% Mahasiswa Semester 8 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin yang mengambil matakuliah pemasaran kelas C dan D, dengan sampel sebanyak 36 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan dan (2) harga secara simultan berpengaruh terhadap (3) kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. (4) Kualitas pelayanan dan (5) harga berpengaruh secara parsial terhadap (6) kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of service quality and (2) price on (3) Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin customer satisfaction.

The population used in this study was 40% of 8th Semester Students of the Faculty of Economics of the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin who took courses in C and D marketing classes, with a sample of 36 respondents. Data collection is done by questionnaire technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis techniques, classic assumption test, F test, t test, coefficient of determination. Swiss-Belhotel Borneo, Banjarmasin.

The results of this study indicate that (1) service quality and (2) simultaneous prices affect (3) Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin customer satisfaction. (4) Quality of service and (5) price of commitment to (6) Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price and Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis hotel di Indonesia semakin berkembang, Hampir di semua kota dibangun hotel-hotel. Mulai hotel berbintang satu sampai hotel berbintang lima. Hotel dapat berkembang dimana saja, baik di kota besar maupun kecil. Pada saat ini hotel sudah berkembang menjadi sebuah bidang bisnis yang sangat menjanjikan, dimana semua masyarakat modern yang pergi ke luar kota untuk urusan pekerjaan atau hiburan sangat membutuhkan jasa penginapan atau hotel. Oleh karena itu, hotel menjadi salah satu pendorong utama dalam meningkatkan pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Sehingga bisnis hotel memiliki prospek yang sangat menjanjikan meskipun dalam pengelolaannya membutuhkan modal usaha yang besar dan tenaga kerja yang banyak. Akan tetapi, tidak sedikit dari para pengusaha yang ada di Indonesia tergiur dan mulai menanamkan modalnya di bidang perhotelan demi memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya disamping memberikan kenyamanan bagi tamu hotel.

Demi memenuhi kebutuhan para tamu hotel maka di Indonesia banyak dibangun hotel-

hotel dengan beberapa jenis hotel yang lokasinya disesuaikan dengan kebutuhan tamu hotel diantaranya *city* hotel yang berlokasi di perkotaan dan biasanya diperuntukkan bagi tamu hotel yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek), *residential* hotel yang berlokasi di daerah pingiran kota besar yang jauh dari keramaian kota tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha, resort hotel yang berlokasi di daerah pegunungan (*mountain* hotel) atau di tepi pantai (*beach* hotel), dan motel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya. Tamu yang akan menginap sudah tentu memilih hotel yang lokasinya sesuai dengan kebutuhan, memiliki kamar-kamar beserta semua fasilitas dan perlengkapannya.

Tamu menghendaki tidur dengan aman, seperti tidur di rumah sendiri, bahkan wajarlah bila seorang tamu menuntut lebih nyaman dari pada di rumahnya, karena merasa telah membayar untuk memenuhi keinginannya. Untuk itu hotel harus menyajikan kamar dengan baik, bersih dan aman agar tamu betah tinggal, bahkan memperpanjang malam

penginapannya di hotel. Dalam segi pemesanan kamarhotel sendiri tamu hotel bisa melakukan pemesanannya secara langsung datang ke hotel maupun tidak langsung yaitu dengan menggunakan teknologi informasi seperti melalui telepon, email dan website dan tidak bisa dipungkiri kalau ternyata perkembangan teknologi informasi pada saat ini ikut mempengaruhi cara kerja pada bisnis hotel ini. Dimana kita dituntut untuk lebih memahami perkembangan yang terjadi di bidang teknologi dan informasi sehingga dapat meningkatkan kualitas kerjanya.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan pihak hotel. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting baik perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama.

Menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2001:148) menyatakan bahwa kualitas

pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning servise* dan lain-lain. Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan penting dalam menjaring konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga

mempengaruhi seseorang dalam melakukan penggunaan jasa hotel. Menurut Kotler dan Keller (2008:31) harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam bisnis jasa yang bergerak di bidang pariwisata seperti perhotelan, selain memberikan fasilitas yang baik kepada konsumen, hotel juga harus dapat memberikan pengalaman yang tak terlupakan kepada tamunya sehingga tamu merasa puas dan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga dapat memberikan umpan balik yang positif terhadap hotel.

Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin merupakan salah satu hotel berbintang 5 di Banjarmasin yang memfokuskan dalam bidang bisnis jasa akomodasi perhotelan. Manajemen Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin berusaha untuk meningkatkan citra manajemen yang baik dengan menerapkan strategi bersaing yang lebih baik, yakni dengan menerapkan sistem pemasaran melalui pemasaran yang terukur meliputi sales call, sales trip, maupun promosi

langsung kepada pelanggan. Strategi ini juga didukung dengan pengembangan hotel mulai dari unit kerja, sumber daya manusia, fasilitas, hingga manajemen hotel.

Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sangat terkanal dan memiliki citra yang baik di Banjarmasin walaupun dengan harga yang terbilang cukup tinggi namun Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin tetap memiliki pelanggan yang setia dan cukup banyak melihat dari acara – acara yang dibuat oleh Swiss Bel Hotel Banjarmasin sangat diminati maupun orang yang menginap di Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin juga cukup banyak.

Dari uraian di atas penelitian ini lebih memfokuskan pada kualitas pelayanan dan harga dari Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin dan untuk menganalisis kepuasan konsumen yang telah menggunakan jasa di Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sehingga berdasarkan latar belakang tersebut mengangkat topik “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin”.

Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini juga bersifat kuantitatif.

Menurut Suriasumantri (2005) kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kajian pemikiran yang sifatnya ilmiah. Kajian ini menggunakan proses logico-hypothetico-verifikatif pada langkah-langkah penelitian yang dilakukan

2) Subjek dan Objek Penelitian

(1) Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah 40% mahasiswa/mahasiswi semester 8 yang mengambil mata kuliah pemasaran kelas C dan D dan juga pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

(2) Sampel

Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau

formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.

Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960.

Rumus Slovin

Populasi disini 40 orang yang mana ini adalah 40% mahasiswa fakultas ekonomi semester 8 yang mengambil mata kuliah pemasaran kelas C dan D yang datang langsung maupun lewat media social (online) pernah membooking dan menggunakan jasa akomodasi perhotelan dari Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Margin of error yang ditetapkan adalah 5% atau 0,05.

Perhitungannya adalah:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah/ukuran Populasi

e : error = 5%

$$n = 40 / (1 + (40 \times 0,05^2))$$

$$n = 40 / (1 + 0,1)$$

$$n = 40 / 1,1$$

n = 36,36 (dibulatkan 36)

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 36 responden pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

(3) Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive convenience sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang dibuat oleh peneliti. Menurut Margono (2004), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Menurut Sugiyono (2009) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3) Sumber Data

(1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2010) sumber data primer adalah sumber data yang langsung

memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yaitu dari sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).

(2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010) sumber/data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data ini akan digunakan apabila peneliti merasa data primer kurang mendukung untuk penelitian ini.

4) Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan(Y). Berikut ini rumus regresi linear berganda (Riduwan, 2007):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Y
(kepuasan pelanggan)

α = Konstanta
 persamaan regresi
 β_1 = Koefisien regresi
 variabel X1
 β_2 = Koefisien regresi
 variabel X2
 β_3 = Koefisien regresi
 variabel X3
 X1 = Variabel X1
 (Harga)
 X2 = Variabel X2
 (Kualitas Pelayanan)

5) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *ordinary least square*. Untuk meyakinkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedastitas, dan normalitas.

4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Menurut Santoso, adapun pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah VIF di bawah 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 (Purnomo, 2008).

5) Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Analisis uji asumsi homoskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik *scatterplot* antara *Z prediction* (ZPRED) yang mempunyai variabel bebas (sumbu X = Y hasil prediksi)

dan nilai residualnya (SREID) merupakan variabel terikat ($Y = Y \text{ prediksi} - Y \text{ riil}$). Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang (Sugiyono, 2009)

6) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Identifikasi normalitas data dilakukan dengan uji *Klomogrov – smirnov test* dengan tingkat signifikan 0,05. Jika data pada sampel penelitian memiliki signifikan diatas 0,05 maka data sampel penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data pada sampel memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 maka data sampel penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika distribusi datanya normal atau mendekati normal, maka model regresi tersebut

baik, Ghozali (2005).

6) Pengukuran Data Variabel

(1) Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuisioner adalah Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Data yang telah terkumpul melalui kuisioner, kemudian penulis olah ke dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. Pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan (Sugiyono,2009) yaitu :

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sangatsetuju | (SS)
diberi skor 5 |
| 2. Setuju | (S)
diberi skor 4 |
| 3. Netral | (N)
diberi skor 3 |
| 4. Tidak setuju | (TS)
diberi skor 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | (STS)
diberi skor 1 |

(2) Deskripsi Data Penelitian

Untuk menjelaskan hasil penelitian

responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan berdasarkan nilai rata-rata pada setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 5 dan skor penilaian terendah adalah 1 maka dapat ditentukan interval sebagai berikut :

Interval = skor maksimum – skor minimum / Jumlah kelas

$$\text{Interval} = (5 - 1) / 5 = 0,80$$

Sehingga dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut :

Skor rata-rata antara 1,00 - 1,80

Skor rata-rata antara 1,81 - 2,60

Skor rata-rata antara 3,41 - 4,20

Skor rata-rata antara, 4,21 - 5,00

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan penilaian deskriptif responden terhadap variabel - variabel penelitian sebagai berikut :

Deskripsi Variabel Penelitian

Table 1 Deskripsi Variabel Penelitian

Skor rata-rata	Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)	Variabel X2 (Harga)	Variabel Y (kepuasan pelanggan)
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Memuaskan	Sangat tidak Relevan	Tidak Puas

1,81 - 2,60	Tidak Memuaskan	Tidak Relevan	Kurang Puas
2,61 - 3,40	Cukup	Cukup	Cukup Puas
3,41 - 4,20	Memuaskan	Relevan	Puas
4,21 - 5,00	Sangat Memuaskan	Sangat Relevan	Sangat Puas

Sumber : hasil diolah dari data primer 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden penelitian adalah terdiri dari jenis kelamin, usia dan uang saku per bulan, yaitu sebagai berikut :

(1) Jenis Kelamin

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut :

Table 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Laki- laki	13	27,1 %
Perempuan	35	72,9 %
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 35 responden wanita (72,9%) dan 13 responden laki-

laki (27,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin adalah berjenis kelamin Perempuan

(2)Usia

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik usia responden penelitian adalah sebagai berikut:

Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
20 tahun	2	5,6 %
21 tahun	17	47,2 %
22 tahun	15	41,7 %
23 tahun	2	5,6 %
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 2 responden (5,6 %) berusia 20 tahun, 17 responden (47,2%) berusia 21 tahun, 15 responden (41,7%) berusia 22 tahun, 2 responden (5,6%) berusia 23 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin paling banyak berusia 21 tahun.

(3)Uang Saku per-Bulan

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik uang saku per bulan pada responden

penelitian adalah sebagai berikut:

Table 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan per-Bulan

Uang saku per-bulan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Kurang dari Rp.500.000	13	36,1 %
Rp. 500.000 – Rp.1.000.000	16	44,4 %
Rp. 1.000.000 – Rp.1.500.000	1	2,8 %
Lebih dari Rp.1.500.000	6	16,7 %
Total	36	100 %

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 36 responden, terdapat 13 responden (36,1 %) yang mendapatkan uang saku/penghasilan per-bulan sebesar kurang dari Rp.500.000, 16 responden (44,4%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000, 1 responden (2,8%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000, dan 6 responden (16,7%) dengan uang saku/penghasilan per bulan lebih dari Rp.1.500.000. Hasil ini menunjukkan bahwa paling banyak pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin mendapatkan uang saku atau berpenghasilan per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000.

2) Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data hasil kuesioner terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin (Y) yang diolah menggunakan program SPSS, diperoleh hasil deskriptif penilaian responden terhadap masing – masing variabel dalam penelitian sebagai berikut:

(1) Kualitas Pelayanan (X_1)

Table 5. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
1	Fasilitas yang ada di Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin lengkap dan memadai untuk standart penginapan bintang 4	3,2	Cukup
2	Karyawan ataupun pihak Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin berkomunikasi dengan baik dan memberikan masukan tentang layanan yang ditawarkan	3,1	Cukup
3	Karyawan ataupun pihak Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin memiliki kinerja yang terampil dalam menjalankan tugas	3,1	Cukup
4	Karyawan ataupun pihak	3,3	Cukup

	Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin melakukan pelayanan dengan Maksimal		
5	Karyawan ataupun pihak Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin tanggap dan cepat terhadap apa yang diinginkan konsumen	3	Cukup
6	Letak gedung hotel Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sangatlah strategis	3,5	Memuaskan
Rata-rata		3,2	Cukup

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada item variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 3,2 yang berada pada kategori Cukup. Hasil ini menunjukkan bahwa Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin memiliki kualitas pelayanan yang cukup/netral yang mana tidak mengecewakan namun belum sampai titik memuaskan untuk pelanggan pengguna jasanya.

(2) Harga (X_2)

Table 6 . Analisis Deskriptif Variabel Harga

No	Item Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
1	Keterjangkauan harga salah satu point yang akan dicari oleh anda sebagai pelanggan	3	Cukup
2	Harga yang diberikan dalam setiap pelayanan sesuai dengan kualitas pelayanan ataupun kualitas barang yang ditawarkan oleh Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin	3,3	Cukup
3	Harga yang diberikan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin bersaing dengan pesaing usaha sejenis.	2,9	Cukup
4	Harga setiap pelayanan ataupun barang yang ada sesuai dengan kemampuan konsumen.	3,3	Cukup
5	Harga dalam setiap pelayanan tambahan yang diberikan oleh pihak Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin tidak memberatkan bagi anda	3,2	Cukup
6	Apakah Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sering memberikan	3	Cukup

	diskon/potongan harga pada hari besar atau <i>event</i> - <i>event</i> tertentu		
	Rata-rata	3,1	Cukup

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata- rata pada variabel Harga (X_2) adalah sebesar 3,1 yang berada pada kategori Cukup .Hasil ini menunjukkan bahwa Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin menawarkan harga yang cukup yang mana harga ini biasa saja atau netral menurut pelanggan Swiss-Belhotel Banjarmasin

(3) Kepuasan Pelanggan (Y)

Table 7. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Anda puas dengan pelayanan ataupun perawatan di Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin	3,1	Cukup Puas
2	Anda akan menshare pengalaman yang di berikan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin ke media sosial ataupun ke lingkungan anda	2,9	Cukup Puas
3	Anda merasa nyaman	3	Cukup

	akan fasilitas yang ada di Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin		Puas
4	Anda merasa senang menggunakan jasa Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin	2,7	Cukup Puas
5	Apabila diperlukan apakah anda akan kembali menggunakan jasa Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin apabila	3	Cukup Puas
6	Saya akan merekomendasikan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin kepada orang lain.	2,8	Cukup Puas
Rata-rata		2,9	Cukup Puas

Sumber : hasil data Excel 2016 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 2,9 yang berada pada kategori Cukup Puas. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin Cukup Puas akan menggunakan jasa Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

3) UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Table 8. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

Variab le	Ite m	Valid ity	probabili tas		Reliability	
X1 (Kualit as Pelaya nan)	X1	0.724	0.	Val	0.7 70	Relia ble
	.1	0.743	01	id		
	X1	0.696	0.	Val		
	.2	0.777	01	id		
	X1	0.596	0.	Val		
	.3	0.562	01	id		
	X1		0.	Val		
.4		01	id			
X1		0.	Val			
.5		01	id			
X1		0.	Val			
.6		01	id			
X2 (Harga)	X2	0.661	0.	Val	0.7 75	Relia ble
	.1	0.727	01	id		
	X2	0.705	0.	Val		
	.2	0.781	01	id		
	X2	0.591	0.	Val		
	.3	0.656	01	id		
	X2		0.	Val		
.4		01	id			
X2		0.	Val			
.5		01	id			
X2		0.	Val			
.6		01	id			
Y (Kepua san Pelang gan)	Y.	0.658	0.	Val	0.7 47	Relia ble
	1	0.673	01	id		
	Y.	0.738	0.	Val		
	2	0.574	01	id		
	Y.	0.597	0.	Val		
	3	0.783	01	id		
Y.		0.	Val			
4		01	id			
Y.		0.	Val			
5		01	id			
Y.		0.	Val			
6		01	id			

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

DARI HASIL PERHITUNGAN PADA SOFTWARE SPSS 22 DIKETAHUI SEMUA VARIABLE VALID DAN RELIABLE

Berdasarkan hasil uji validitas yang dapat kita lihat pada Tabel 3.3 menunjukkan semua *item* pada setiap item pernyataan kuesioner mempunyai

tingkat probabilitas 0,01 dimana nilai tersebut lebih kecil atau sama dengan dari 0,05 ($p \leq 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid dan mempunyai hubungan yang kuat. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,7 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item* pernyataan kuesioner.

4) Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Data dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas apabila memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ (Ghozali, 2011: 105-106).

Table 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.397	2.448		2.205	.035		
X1	.368	.137	.425	2.695	.011	.518	1.929
X2	.321	.127	.399	2.530	.016	.518	1.929

a. Dependent Variable: Y

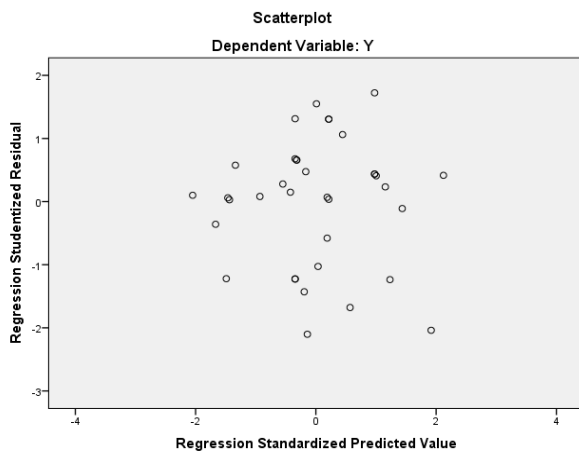
Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang dapat kita lihat dalam Tabel, nilai *Tolerance* pada ketiga variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) $> 0,10$ dengan nilai $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya salah satu penyimpangan asumsi klasik yaitu varian dari residual tidak konstan. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1. Hasil Uji Scatterplot pada SPSS 22



Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan dari grafik *Scatterplot* yang dapat kita lihat pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian.

(3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi nilai residual normal atau tidak, maka digunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (Uji K-S). Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)*

variabel residual berada di atas 0,05. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau data tidak memenuhi uji normalitas (Ghozali, 2011: 160-165).

Table 10. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov pada SPSS 22

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			36
Normal	Mean		.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		1.55451238
Most Extreme	Absolute		.178
Differences	Positive		.101
	Negative		-.178
Test Statistic			.178
Asymp. Sig. (2-tailed)			.006 ^c
Monte Carlo	Sig.		.183 ^d
Sig. (2-tailed)	99%	Lower	.173
		Confidence	
		Bound	
	Interval	Upper	.193
		Bound	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang dapat kita lihat pada Tabel diatas, hasil uji

normalitas menunjukkan bahwa nilai *Monte Carlo. Sig.* sebesar 0,183. Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai *Monte Carlo. Sig.* (0,183) > 0,05, sehingga distribusi data residual regresi adalah normal.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan Swiss-Bel Hotel Borneo Banjarmasin). Di bawah ini akan dibahas mengenai hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS 22.

Table 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pada SPSS 22

Model	Unstandardize		Standardize	t	Sig.
	d Coefficients		d		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.397	2.448		2.205	.035
X1	.368	.137	.425	2.695	.011
X2	.321	.127	.399	2.530	.016

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan :

$$Y = 5,397 + 0,368 X_1 + 0,321 X_2$$

Keterangan:

- Y : Kepuasan Pelanggan
- X₁ : Harga
- X₂ : Kualitas Pelayanan

6) Uji F

Uji F pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah kedua variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

H₀ : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

H_a : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

Table 12. Hasil Uji F Pada SPSS 22

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114.311	2	57.156	22.301	.000 ^b
	Residual	84.578	33	2.563		
	Total	198.889	35			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari Uji F berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 22,301 dengan nilai $Sig. = 0,000$. Berdasarkan tabel F dengan tingkat signifikansi $(\alpha) = 0,05$ diketahui bahwa F_{tabel} dengan $F(k ; n - k) F = (2 ; 34)$, sehingga nilai $F_{tabel} = 3,28$

Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai F_{hitung} ($22,301$) > nilai F_{tabel} ($3,28$) dan nilai $Sig.$ ($0,000$) < α ($0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

7) Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) secara parsial terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai

berikut:

(1) Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin (Y)

H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

H_{01} : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

(2) Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin (Y)

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

H_{02} : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

Table 13. Hasil Uji T Pada SPSS 22

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.397	2.448		2.205	.035
X1	.368	.137	.425	2.695	.011
X2	.321	.127	.399	2.530	.016

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Pengujian ini dilakukan dengan

membandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh pada tabel diatas dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi (α) = 0,05 dan derajat kebebasan $t_{table} = t(\alpha/2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 33)$. Dengan ketentuan tersebut maka, diperoleh t_{tabel} sebesar 2,03452. Hasil uji t atau uji regresi parsial dalam penelitian ini yang terdapat pada tabel adalah sebagai berikut :

(1) Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan koefisien regresi sebesar 0,368 serta nilai t_{hitung} (2,695) $> t_{tabel}$ (2,03452) atau nilai Sig. (0,011) $> \alpha$ (0,05) menunjukkan bahwa (H_{01}) yang berbunyi, “Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin adalah **ditolak**, sedangkan (H_{a1}) yang berbunyi, “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin adalah **diterima** jadi variabel Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin.

(2) Variabel Harga (X_2) dengan koefisien regresi sebesar 0,321 serta nilai t_{hitung} (2,530) $> t_{tabel}$ (2,03452) atau nilai Sig. (0,016) $< \alpha$ (0,05) menunjukkan bahwa (H_{02}) yang berbunyi,

Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin adalah **ditolak**, sedangkan (H_{a2}) yang berbunyi, Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin adalah **diterima**, dengan demikian variabel harga berpengaruh terhadap variable kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

8) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan Swiss-Bel Hotel Borneo Banjarmasin) yang dipengaruhi oleh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Table 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi pada SPSS 22

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.549	1.6009

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 22 diolah dari data primer 2020

Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasinya. Penggunaan *R Square* (*R* Kuadrat) sering menimbulkan permasalahan, yaitu bahwa nilainya akan selalu meningkat dengan adanya penambahan variabel bebas dalam suatu model. Hal ini akan menimbulkan bias, karena jika ingin memperoleh model dengan *R* tinggi, seorang penelitian dapat dengan sembarangan menambahkan variabel bebas dan nilai *R* akan meningkat, tidak tergantung apakah variabel bebas tambahan itu berhubungan dengan variabel terikat atau tidak. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan *Adjusted R Square*. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,549. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variasi kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin (Y) adalah sebesar 54,9%, sedangkan 45,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

1. Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,368 serta nilai t_{hitung} (2,695) $> t_{tabel}$ (2,03452) atau nilai Sig. (0,011) $> \alpha$ (0,05) Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sehingga hipotesis pertama terbukti.

Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin merupakan penyedia jasa akomodasi perhotelan yang dinilai memuaskan oleh pelanggannya, baik dari pelayanan, pengetahuan tentang produk, keramahan, ataupun fasilitas yang dimiliki. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua kriteria kualitas pelayanan yang dimiliki Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan adalah suatu pertimbangan yang sangat diperhitungkan dalam kepuasan seorang pelanggan apalagi sebagai

penyedia jasa akomodasi perhotelan yang dikenal baik di Banjarmasin sudah sewajarnya kualitas pelayanan menjadi suatu yang diperhatikan karena kualitas pelayanan sangat dipertimbangkan dalam kepuasan pelanggan/pengunjung hotel. Namun Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin dalam penelitian ini terbukti dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggannya.

2) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,321 serta nilai $t_{hitung} (2,530) > t_{tabel} (2,03452)$ atau nilai Sig. $(0,016) < \alpha (0,05)$ Jadi dapat disimpulkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sehingga hipotesis pertama terbukti.

Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin merupakan penyedia jasa akomodasi perhotelan yang dinilai relevan oleh pelanggannya, baik dari segi tarif pelayanan, harga yang ditawarkan, ataupun diskon yang diberikan. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua

kriteria harga yang dimiliki Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin berpengaruh walaupun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga adalah suatu pertimbangan yang sangat diperhitungkan apalagi jasa akomodasi perhotelan termasuk kebutuhan tersier. Namun Swiss-Belhotel Banjarmasin dalam penelitian ini terbukti dapat memberikan harga yang relevan terhadap pelanggannya yang memberikan indikator baik.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X_1), dan Harga (X_2) secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar $(22,301) > \text{nilai } F_{tabel} (3,28)$ dan nilai Sig. $(0,000) < \alpha (0,05)$.

Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan jasa yang ditawarkan sehingga banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan oleh

konsumen. Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) maka akan terjadi juga perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) yang dilakukan oleh konsumen.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis nilai *Adjusted R Square* 0,549 yang berarti kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas kepuasan pelanggan (X_1) dan Harga (X_2) sebesar 54,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti seperti kualitas produk, iklan, brand image, gaya hidup distribusi dan lain – lain.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian yang telah dijelaskan di Bab IV, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Karakteristik dari usia responden penelitian paling banyak berusia 21 tahun sebanyak 17 responden (47,2 %) yang mayoritas berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 35 responden (72,9%). Dari segi uang saku per bulan, responden paling banyak memiliki

uang saku per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000, yaitu sebanyak 16 responden dengan persentase sebesar (44,4%).

- 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} (2,695) > t_{tabel} (2,03452)$
- 3) Harga berpengaruh kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} (2,530) > t_{tabel} (2,03452)$
- 4) Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar $(22,301) > \text{nilai } F_{tabel} (3,28)$ dengan tingkat signifikansi 0,000.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Swiss-Belhotel

Borneo Banjarmasin, oleh karena itu Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin sebaiknya tetap mempertahankan persepsi yang sudah cukup baik di mata konsumen akan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin. Hal itu juga sebaiknya disertai dengan selalu memberikan harga yang relevan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang memuaskan, karena kedua variabel tersebut walaupun sudah berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan namun masih kurang signifikan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya untuk topik yang serupa dapat menambah variabel penelitian lainnya selain variabel kualitas pelayanan dan harga. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap tentang variabel – variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa akomodasi perhotelan khususnya yang dibahas disini Swiss-Belhotel Borneo Banjarmasin yang mana dapat menyempurnakan penelitian tentang faktor – faktor jasa akomodasi perhotelan.

REFERENSI

- A Muwafik Saleh . 2010 . “ Manajemen Pelayanan “. E-Books
- Alwi Hasan, dkk. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, EUBOOKS
- Farida Yulianti. 2019 Panduan Penyusunan dan Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Komaruddin. (2001). *Ensiklopedia Manajemen*, Edisi ke 5. Jakarta. Bumi Aksara
- Kotler & Armstrong (2012:36) Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1,
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2. Edisi
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*”. EUBOOKS
- Norman Barry, *An Introduction to Modern Political Theory*. 1981. *Impact Fourth Edition* . Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran* edisi ke 12 Jilid ke 1. New Jersey, Indeks.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, PT Indeks, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. “*Analisa Marketing Mix*, Lingkungan.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

- Setiadi, Nugroho J. 2008. Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran / Nugroho J. Setiadi. Penerbit : Jakarta: Kencana.
- Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian.
- Surakhmad, Winarno 1982 “Pengantar penelitian ilmiah : dasar, metode dan teknik / Winarno Surakhmad” : Penerbit : Bandung : Tarsito.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.