

Pengaruh Kebijakan Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Basko Hotel Padang

Salfadri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti

* Corresponding Author. E-mail: Salfadrisyamsuddin@gmail.com

Abstrak

Basko Hotel mempunyai banyak pesaing di kelasnya banyak para pengusaha mulai dari skala kecil hingga besar bersaing secara efisien untuk memenuhi kepuasan pelanggan, seperti perbandingan harga beberapa hotel yang selevel, dalam segi harga rate kamar dan sewa gedung untuk mengadakan event – event dan acara tertentu yang memerlukan aula gedung yang memadai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kebijakan Harga, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Basko Hotel Padang. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Metode penelitian sebagai berikut Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada Basko Hotel Padang sebanyak 5.685 orang dan sampel 91 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ditemukan ada pengaruh variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang baik secara parsial maupun smultan.

Kata kunci: Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

Basko Hotel has many competitors in its class many entrepreneurs ranging from small to large scale compete efficiently to meet customer satisfaction, such as price comparisons of several hotels in the same level, in terms of room rate and rental rates to hold certain events and events that require the hall of an adequate building. The purpose of this research is to know the Influence of Price Policy, Service And Facilities To Customer Satisfaction At Basko Hotel Padang. The type of research is quantitative. Research methods are as follows Field Research (Field Research) and Library Research (Library Research). The types and sources of data are primary and secondary data. The population of this study are consumers at Basko Hotel Padang as many as 5,685 people and a sample of 91 people. Data analysis used is multiple linear regression analysis. The results of the study found that the influence of price variables, services and facilities have an effect on customer satisfaction at Hotel Basko Padang either partially or smultan.

Keywords: Price, Service And Facilities And Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami keinginan dan permintaan

pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Bali, 2022; Nur & Fadili, 2021).

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang

menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relation release. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis perhotelan. Basko Hotel sebagai salah satu hotel berbintang empat yang ada di kota Padang, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga memperhatikan harga, fasilitas untuk menunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi (Zulpiani & Ridho, 2016).

Basko Hotel mempunyai banyak pesaing di kelasnya banyak para pengusaha mulai dari skala kecil hingga besar bersaing secara efisien untuk memenuhi kepuasan pelanggan, seperti perbandingan harga beberapa hotel yang selevel, dalam segi harga rate kamar dan sewa gedung untuk mengadakan *event – event* dan acara tertentu yang memerlukan aula gedung yang memadai dalam tabel sbb :

Tabel 1.
Daftar Perbandingan Harga Kamar dan Sewa Gedung Hotel Desember 2016

Harga Room Rate Hotel dan Sewa Gedung Hotel	Harga Berdasarkan Hotel		
	Basko Hotel	Axana Hotel	Grand Inna Muara
Superior	Rp 435.829	Rp 495.868	Rp 412.916
Deluxe	Rp 538.843	Rp 578.513	Rp 558.383
Executive	Rp 711.984	Rp 826.446	Rp 1.600.145
Junior Suite	Rp 885.965	Rp 909.091	Rp 1.938.016
Presiden Suite	Rp 15.079.419	Rp 14.090.557	Rp 15.683.971
Wedding	Rp 130.000.000	Rp 99.000.000	Rp 155.000.000
Meeting	Rp 650.000	Rp 550.000	Rp 700.000
Wisuda	Rp 45.000.000	Rp 40.000.000	Rp 77.000.000

Sumber; marketing Hotel

Perbandingan harga penjualan jasa hotel juga menjadi acuan tertentu sejalan dengan bersaingnya harga pasar yang berdampak pada pengunjung yang datang menginap. Akibatnya para pengusaha perhotelan berlomba dan dituntut agar dapat mengeporasikan semaksimal mungkin. Karena harga merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga yang kompetitif saat ini membuat perusahaan sejenis haru bijak dalam menentukan harga agar tidak menimbulkan angka ketakutan pada konsumen karena harga yang tinggi.

Semakin murah harga penjualan jasa yang di berikan dan semakin lengkap fasilitas dan mempunyai pelayanan yang memuaskan akan semakin besar minat pelanggan untuk membeli ulang atau niat untuk merekomendasi suatu perusahaan jasa tersebut sehingga akan mempunyai bisnis yang cerah di masa depan. Bisnis pariwisata sangat cepat berkembang, setiap hotel akan selalu meningkatkan usahanya dan memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap pelayanan ,harga dan fasilitas yang disediakan kepada pengunjung yang datang.

Selain faktor harga fasilitas sebuah hotel juga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan untuk menginap, karena fasilitas yang kurang lengkap akan membuat calon konsumen melirik hotel lain yang sejenis dan memiliki fasilitas lengkap. Hal lain yang menjadi pertimbangan calon konsumen adalah kualitas pelayanan karena pelayanan yang kurang baik dan tidak memuaskan akan memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap keputusan konsumen dalam menginap.

Penelitian yang dilakukan oleh (Telaumbanua, Lase, & Waruwu, 2022) hasil penelitian ditemukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukajn oleh Nur & Fadili (2021) hasil penelitian ditemukan semua variable

independen yaitu bukan fisik keandalan daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Telaumbanua, Waruwu & Lase (2022) hasil penelitian ditemukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Fasilitas dan pelayanan juga menjadi perhatian Basko Hotel yang sangat penting bagi kelangsungan perhotelan. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan ke konsumen, fasilitas yang dimaksud adalah seperti tempat pemijatan, restoran, karaoke, bar dan lainnya (Putri & Ernawati, 2022).

Berikut disajikan jumlah kunjungan pada Basko Hotel Padang selama 1 tahun terakhir :

Tabel 2
Jumlah Penghuni Kamar Selama
Januari – Desember 2016

Tahun	Kamar	Orang
Januari	1.563	2.897
Februari	2.183	4.239
Maret	2.891	5.824
Maret	3.791	5.847
April	3.769	8.457
Mei	3.761	7.674
Juni	3.751	7.111
Juli	2.794	5.572
Agustus	3.288	6.605
September	2.714	5.743
Oktober	2.663	5.300
November	2.928	5.799
Desember	5.267	5.685

Sumber : Basko Hotel Padang, 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan terjadi kenaikan dan penurunan jumlah kunjungan pelanggan hotel selama 1 tahun terakhir dimana

kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung memberikan kontribusi yang besar terhadap hotel Basko.

Berdasarkan Survei awal yang peneliti lakukan terhadap 30 orang pelanggan ditemukan masih belum tercapainya kepuasan pelanggan yang maksimal karena ini terlihat dari 53,3% pelanggan mengatakan tidak setuju Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, 66,73% pelanggan mengatakan tidak setuju berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang memuaskan, 53,33% pelanggan tidak setuju berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai, 56,67% pelanggan tidak setuju menyarankan ke teman dan kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas disediakan memadai dan 66,67% pelanggan tidak setuju menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli produk karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk jasa Hotel.

METODE

Penelitian dilaksanakan di Hotel Basko Padang. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada Basko Hotel Padang sebanyak 5.685 orang karena merupakan data terakhir kunjungan pelanggan pada bulan Desember tahun 2016 di Basko Hotel Padang, sampel 92 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan

pada Hotel Basko Padang. Untuk melihat pengaruh Pengaruh Kebijakan Harga, Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan di Hotel Basko Padang adalah sebagai berikut :

Tabel 3.
Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.707	2.848		6.216	.000
	Kebijakan harga	.437	.113	.512	3.876	.000
	pelayanan	.138	.064	.275	2.174	.032
	fasilitas	.204	.083	.245	2.450	.016

a Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Lampiran Hasil Pengolahan Data, 2017

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 17.707 + 0.4370X_1 + 0.138X_2 + 0.204 X_3$$

Dari persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 17.707, artinya jika tidak ada kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas ($X_1=X_2=X_3=0$) maka kepuasan pelanggan di Hotel Basko Padang adalah sebesar konstanta yaitu 17.707satuan.
2. Koefisien kebijakan harga adalah sebesar 0.437 artinya kebijakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Basko Padang dimana jika kebijakan harga meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,437 satuan.
3. Koefisien pelayanan adalah sebesar 0.138 artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Basko Padang dimana jika pelayanan meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,138 satuan.
4. Koefisien pelayanan adalah sebesar 0.204 artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Basko Padang dimana jika fasilitas meningkat satu satuan maka

kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,204 satuan.

Koefisien Determinan

Koefisien determinasi berguna untuk melihat kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang dapat dilihat pada tabel 4.20

Tabel 4. Uji R Square
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514(a)	.264	.240	4.603

a Predictors: (Constant), fasilitas, pelayanan, harga

Hasil Nilai R^2 (*R-Square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi dari variabel independen secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel dependent. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Uji R^2 (*R-Square*) adalah sebesar 0,240 hal ini berarti besarnya pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang adalah sebesar 24% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model penelitian

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Uji T
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.707	2.848		6.216	.000
	Kebijakan harga	.437	.113	.512	3.876	.000
	pelayanan	.138	.064	.275	2.174	.032
	fasilitas	.204	.083	.245	2.450	.016

a Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Lampiran Hasil Pengolahan Data, 2017

- a) Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
 Besarnya koefisien regresi variabel kebijakan harga terhadap (X_1) sebesar

0.437 (43,7%) yang merupakan besarnya pengaruh kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 3.876 dan nilai $(sig = 0,000 < 0,05)$. Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.876 > 1.662$, maka variabel kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

b) Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel pelayanan terhadap (X2) sebesar 0.138 (13,8%) yang merupakan besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.174 dan nilai $(sig = 0,032 < 0,05)$. Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.174 > 1.662$, maka variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

c) Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel fasilitas terhadap (X3) sebesar 0.204 (20,4%) yang merupakan besarnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.450 dan nilai $(sig = 0,016 < 0,05)$. Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.450 > 1.662$, maka variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan dari variabel independen dengan variabel dependent. Dengan bantuan program SPSS V.17.00

diketahui nilai F hitung pada tabel Anova sebagai berikut :

Hasil Uji Kelayakan (Uji F)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	678.135	3	226.045	10.668	.000(a)
	Residual	1885.757	89	21.188		
	Total	2563.892	92			

a Predictors: (Constant), fasilitas, pelayanan, harga

b Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Lampiran Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 10.668 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

Pembahasan

Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel kebijakan harga terhadap (X1) sebesar 0.437 (43,7%) yang merupakan besarnya pengaruh kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 3.876 dan nilai $(sig = 0,000 < 0,05)$. Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.876 > 1.662$, maka variabel kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang. Nilai koefisien variabel X1 ini menunjukkan bahwa 0,437 kebijakan harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan akan meningkat 0,437 satuan.

Skor rata-rata variabel harga yang terdiri-dari 9 pertanyaan, dimana nilai rerata 3,38 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 67,63%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dalam kategori **Baik** menurut klasifikasi tingkat capaian responden. Berdasarkan temuan ini dapat dikatakan bahwa hotel Basko Padang telah memberikan harga dengan baik. Indikator kebijakan harga yang paling

dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kenaikan harga dan manfaat, oleh sebab itu jika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan oleh sebab itu harus disesuaikan harga hotel dengan nilai manfaat

Harga, dilihat dari sudut pandang pelanggan, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga suatu barang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena harga dapat memberikan daya tarik atau justru sebaliknya, dapat menimbulkan keengganan pelanggan terhadap suatu produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Putri & Ernawati, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Bali (2022) hasil penelitian ditemukan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Putri & Ernawati (2022) hasil penelitian ditemukan kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel pelayanan terhadap (X2) sebesar 0.138 (13,8%) yang merupakan besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.174 dan nilai $(sig = 0,032 < 0,05)$. Dengan $df = 92 - 3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.174 > 1.662$, maka variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang. Nilai koefisien variabel X2 ini menunjukkan bahwa 0,138

pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,138 satuan.

Skor rata-rata variabel pelayanan yang terdiri-dari 15 pertanyaan, dimana nilai rerata 3,34 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 66,88%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dalam kategori **Baik** menurut klasifikasi tingkat capaian responden. Berdasarkan temuan ini dapat dikatakan bahwa hotel Basko Padang telah memberikan pelayanan dengan baik. Indikator pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah bukti langsung, oleh sebab jika hotel ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka hotel harus bisa memberikan bukti langsung kepada pelanggan dalam hal memberikan jasa pelayanan hotel.

Di era moderen in persaingan didunia jasa sangat ketat, salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan pelanggan secara konsisten dari waktu ke waktu. Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang tinggi akan menimbulkan tingkat kepuasan yang tinggi pula (Putri & Ernawati, 2022).

Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel fasilitas terhadap (X3) sebesar 0.204 (20,4%) yang merupakan besarnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.450 dan nilai $(sig = 0,016 < 0,05)$. Dengan $df = 92 - 3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.450 > 1.662$, maka variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang. Nilai koefisien variabel X3 ini menunjukkan bahwa 0,204

fasilitas ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,4204satuan.

Skor rata-rata variabel pelayanan yang terdiri-dari 9 pertanyaan, dimana nilai rerata 3,16 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 63,24%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dalam kategori **Baik** menurut klafisikasi tingkat capaian responden dari pendapat Arikunto. Berdasarkan temuan ini dapat dikatakan bahwa hotel Basko Padang telah memberikan fasilitas dengan baik. Indikator fasilitas yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas lain oleh sebab itu jika hotel ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka harus bisa menambah fasilitas lain di hotel

Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung (Telaumbanua, Lase, & Waruwu, 2022). Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian fasilitas dapat diartikan “sebagai sarana atau segala sesuatu yang sengaja disediakan sebelum suatu jasa ditawarkan untuk dipakai dan untuk dinikmati oleh pelanggan agar memperoleh kepuasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Simanihুরু, Kusuma, & Ramdania, (2023) hasil penelitian ditemukan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukajn oleh Atmawati sri wahyudi (2014) hasil penelitian ditemukan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Gea & Mendrofa (2022) hasil penelitian ditemukan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kebijakan Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Berpengaruh Signifikan Secara Bersama – Sama Terhadap Kepuasan Pelanggan di Basko Hotel

Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 10.668 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan elanggan pada Hotel Basko Padang

Hasil Nilai R^2 (*R-Square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi dari variabel independen secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel dependent. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai Uji R^2 (*R-Square*) adalah sebesar 0,240 hal ini berarti besarnya pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan elanggan pada Hotel Basko Padang adalah sebesar 24% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model penelitian.

Skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan yang terdiri-dari 9 pertanyaan, dimana nilai rerata 3,32 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 66,45%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dalam kategori **Baik** menurut klafisikasi tingkat capaian responden dari pendapat Arikunto . Berdasarkan temuan ini dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan pada hotel Basko Padang telah tercipta dengan baik. Indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan kesesuaian harapan, oleh sebab itu jika ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka kesesuaian harapan pelanggan harus tercapai atas jasa yang diinginkan.

Marketing mix (bauran pemasaran) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasaran. Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk

yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Pemasaran adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menyediakan produk (barang dan jasa). Pelanggan tertentu yang merupakan sasaran upaya pemasaran disebut pasar sasaran (Telaumbanua, Waruwu, & Lase, 2022).

Sedangkan Kotler mengungkapkan sebagai berikut: "Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran." Untuk mengetahui lebih lanjut konsep dasar *marketing mix* dan unsur-unsur terkait di dalamnya dapat diuraikan sebagai berikut produk, harga, distribusi dan promosi.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisi dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Besarnya koefisien regresi variabel kebijakan harga terhadap (X1) sebesar 0.437 (43,7%) yang merupakan besarnya pengaruh kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 3.876 dan nilai ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $3.876 > 1.662$, maka variabel kebijakan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.
2. Besarnya koefisien regresi variabel pelayanan terhadap (X2) sebesar 0.138 (13,8%) yang merupakan besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.174 dan nilai ($\text{sig} = 0,032 < 0,05$). Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $2.174 > 1.662$, maka variabel pelayanan berpengaruh positif

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

3. Besarnya koefisien regresi variabel fasilitas terhadap (X3) sebesar 0.204 (20,4%) yang merupakan besarnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai t hitung 2.450 dan nilai ($\text{sig} = 0,016 < 0,05$). Dengan $df = 92-3 = 89$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $2.450 > 1.662$, maka variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang
4. Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 10.668 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Basko Padang.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian terlihat harga memberikan kontribusi terhadap penjualan pada Hotel basko Padang, oleh sebab itu pihak manajemen lebih mempertimbangan harga kamar yang lebih terjangkau oleh pelanggan
2. Sebaiknya manajemen lebih memperbaiki pelayanan pada Hotel Basko Padang agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Sebaiknya manajemen lebih memperbaiki fasilitas pada Hotel Basko Padang agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>

- Gea, N. E., & Mendrofa, C. P. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), Page 152–159. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.26>
- Harefa, P. R. A., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 218–223. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.36>
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38-49.
- Putri, N. U., & Ernawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), Page 339–345. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.29>
- Simanihuruk, M., Kusuma, B. E., & Ramdania, D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Simpang Rawi Gadog Bogor. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), Page 20–27. <https://doi.org/10.56248/jamane.v2i1.65>
- Telaumbanua, F. E. Y., Lase, D., & Waruwu, S. (2022). Penerapan Sistem Aplikasi Pelayanan Kepegawaian Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Kepegawaian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), Page 320–326. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.49>
- Telaumbanua, G. R., Waruwu, S., & Lase, D. (2022). Analisis Kinerja Kepala Desa Dalam Pelayanan Publik. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), Page 303–311. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.45>
- Zulpiani, A., & Ridho, S. (2016). Pengaruh kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumatera Berlian Motor. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(2), 10-19.