
**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN TAMU PADA HOTEL PURI BAGUS CANDIDASA KARANGASEM****Arlisa Indriawati**Universitas Teknologi Surabaya
Email: velishacupid09@gmail.com**ABSTRACT**

This research was conducted based on the phenomenon of the assessment of guests who were dissatisfied with the types of services available, for example cleanliness, comfort, food, service and price, but there are types of services that consumers feel satisfied with and are always a reason to stay at Hotel Puri Bagus Candidasa, for example the location. Some of these deficiencies resulted in the ups and downs of the number of guests who came to the Puri Bagus Candidasa Hotel. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, service quality and location on guest satisfaction at Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem, either partially or simultaneously. The sampling technique used in this study was proportional random sampling by taking a sample of 20% of the population so that the respondents in this study were 80 people. The test results simultaneously (Test F) Price, Service Quality and Hotel Location together have a positive and significant effect on guest satisfaction at Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem. Partial test results (t test) Price has a positive and significant effect on Guest Satisfaction at Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem means that if the price is increased, guest satisfaction will increase. The partial test results (t test) Service Quality has a negative and insignificant effect on Guest Satisfaction at Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem, meaning that if the service quality decreases, guest satisfaction will not increase. Partial test results (t test) Location has a positive and significant effect on Guest Satisfaction at Puri Bagus Candidasa Hotel Karangasem, meaning that if the location is more strategic, guest satisfaction will increase. The result of the Determination Coefficient (R²) test shows that 0.499 means 49.9% Guest Satisfaction can be explained by Price, Service Quality and Location. Meanwhile, the other 50.1% is explained by other variables not discussed in this study.

Keywords: Price, Service Quality, Location, Satisfaction**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan fenomena tentang penilaian para tamu yang merasa tidak puas dengan jenis-jenis pelayanan yang ada, misalnya kebersihan, kenyamanan, makanan, pelayanan dan harga, namun ada jenis pelayanan yang konsumen merasa puas dan selalu menjadi alasan untuk menginap di Hotel Puri Bagus Candidasa, misalnya lokasi. Beberapa kekurangan ini mengakibatkan naik turunnya jumlah tamu yang datang pada Hotel Puri Bagus Candidasa tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling* dengan mengambil sampel sebesar 20% dari populasi sehingga responden dalam penelitian ini sebanyak 80 orang. Hasil pengujian secara serempak (Uji F) Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Hotel secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Harga ditingkatkan maka kepuasan tamu akan meningkat. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan berpengaruh Negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Kualitas Pelayanan Menurun maka Kepuasan Tamu tidak akan meningkat. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Lokasi semakin strategis maka kepuasan tamu akan meningkat. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,499 berarti 49,9% Kepuasan Tamu dapat dijelaskan oleh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Sedangkan 50,1 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan perusahaan jasa yang terdiri dari berbagai macam perusahaan seperti perusahaan telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan pesatnya. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen, untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Para konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang terbaik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi membuat daya pikir konsumen semakin berubah, konsumen pasti akan menyadari bahwa dirinya mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan.

Menurut Kotler, (2009:138), menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap *expectation* (harapan) mereka. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah *expectation* (harapan), maka konsumen akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai *expectation* (harapan), maka konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi *expectation* (harapan), maka konsumen akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari para kerabatnya serta janji dan informasi-informasi dari berbagai media. Konsumen yang puas akan

setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga, lokasi dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan tersebut

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, pokok masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa ?. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa ?. Apakah faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa ?

TINJAUAN PUSTAKA

Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2012:214), “Jasa didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”. Dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan proses atau aktivitas yang di dalam ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun bagi pihak – pihak yang terlibat tidak sadar melakukannya. Contohnya jasa pengobatan, jasa angkutan, jasa telekomunikasi, jasa perhotelan, dan berbagai macam jasa lainnya.

Bauran Pemasaran jasa

Menurut Tjiptono (2014:41), bauran pemasaran adalah “seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat dipergunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek

Harga

Menurut Agung (2013:100), harga merupakan “salah satu indikator yang dipakai sebagai pertimbangan dalam memilih suatu produk oleh konsumen dimana harga mampu merebut hati para konsumen dan calon konsumen dalam mengambil suatu keputusan”. Menurut Setiyaningrum,dkk(2016:180), harga merupakan suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan,elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan merupakan “aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan”.

Menurut Agung (2013:48), kualitas layanan “berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut Sunyoto (2012:240), dikutip dari Tjiptono (2005), kualitas atau mutu industri jasa pelayanan merupakan “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Lokasi

Menurut Kasmir (2011:140), “lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung”. Menurut Swastha (2009:24), “lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara penyampaian dan waktu tempuh lokasi tujuan”.

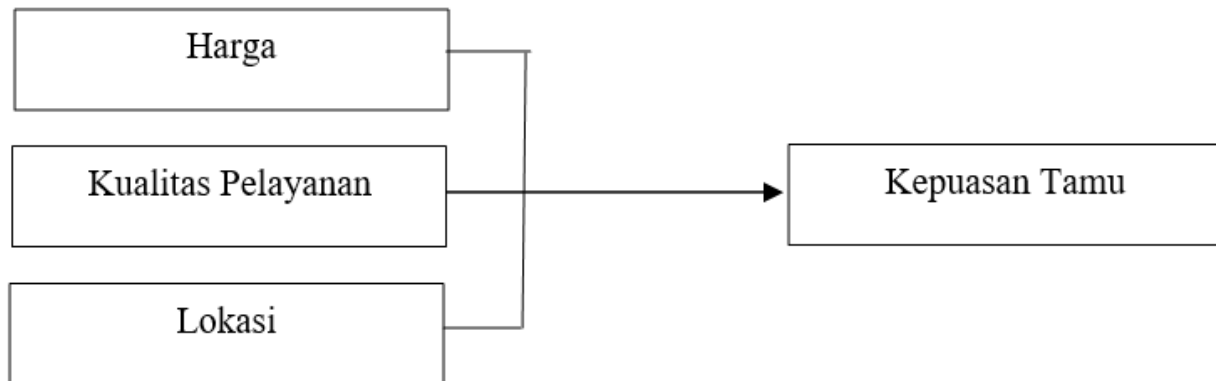
Menurut Tjiptono (2014:158), lokasi fasilitas jasa acapkali tetap merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar ada dua pertimbangan dalam hal pemilihan lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa, misalnya pasien datang ke tempat praktik dokter, puskesmas, atau rumah sakit. Kemungkinan kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan, misalnya mobil pemadam kebakaran mendatangi lokasi kebakaran untuk menangani dan memadamkan api. Selain itu, dimungkinkan pula penyedia jasa mengkombinasikan keduanya misalnya dokter yang selain berpraktik dilokasi khusus, namun bersedia pula mendatangi pasien dirumah mereka pada jam jam tertentu.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2009:138), menyatakan kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap expectation (harapan) mereka.”. Menurut Agung (2013:74), kepuasan pelanggan merupakan “tolak ukur dalam kualitas layanan produk dan jasa”.

Menurut Oliver (dalam Tjiptono, 2014:354), kepuasan pelanggan dirumuskan “sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan”.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Menurut Kuncoro (2009: 118) Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Tamu hotel yang berjumlah 400 orang Tamu.

Sampel

Menurut Kuncoro (2009: 118). Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara acak dengan memperhatikan dan mempertimbangkan unsur-unsur dan kategori yang ada dalam suatu populasi penelitian secara seimbang. Dalam penelitian ini diambil sampel sebesar 20% dari populasi sehingga responden dalam penelitian ini sebanyak 80 orang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka-angka dan dapat diukur dalam satuan tertentu Sugiyono (2013). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan bantuan skala likert yang mengacu pada pengukuran variabel. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar Sugiyono (2013). Data kualitatif dalam penelitian ini berupa elemen-elemen dalam pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Sumber Data

Data primer menurut Sugiyono (2014), mengatakan data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban dari responden. Data sekunder menurut Sugiyono (2014) mengatakan data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti melainkan sudah dikumpulkan oleh pihak lain..

Metode Pengumpulan Data

Sumber data utama digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer berupa data subyek yang menggambarkan opinin, sikap, pengalaman terhadap karakteristik subyek penelitian yang didapat melalui jawaban respon tertulis dari kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden, dalam hal ini adalah karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem.

Sebagai penunjang digunakan juga data sekunder, yang berupa data dokumen yang berisi arsip, tulisan dengan topik yang berhubungan dengan topik yang sedang diteliti, tipe data sekunder yang dipakai adalah data sekunder internal di Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem.

Sedangkan metode pengambilan data primer yang digunakan dalam penelitian ini memakai metode *survey* dengan melakukan wawancara tatap muka langsung dengan para responden melalui teknik kuesioner tertulis yang dikumpulkan responden secara personal.

Instrument Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sehingga membutuhkan instrumen tertentu untuk mendapatkan penilaian responden atas variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuisisioner Merupakan suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk menjawab secara tertulis pula oleh responden. (Anas, 2001 : 10). Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi yang bersifat persepsi karyawan terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi dan turnover intention. Kuisisioner dalam penelitian ini terdapat 27 pertanyaan yang terbagi dalam 3 variabel.

Program SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS25 untuk menganalisis data yang meliputi analisis deskriptif, pengujian instrumen penelitian, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis.

Regresi Linier Berganda

Dalam menjawab penelitian yang dituangkan dalam hipotesis yang diajukan maka digunakan analisa :

1. Regresi Linier Berganda, dengan persamaan :

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

Dimana;

Y = Kepuasan Tamu

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Lokasi

a = Konstanta

b = koefisien regresi

Agar dapat diketahui diterima atau tidaknya hipotesis yang ditetapkan, maka dilakukan analisis data secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan uji F maupun uji t.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) dan Lokasi (X₃) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Tamu. (Situmorang dan Lutfi, 2012:146), Nilai koefisien regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 1 Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,476	2,456		1,415	,161
Harga	,711	,097	,589	7,338	,000
KualitasPelayanan	-,057	,031	-,147	-1,843	,069
Lokasi	,238	,059	,323	4,039	,000

a. Dependent Variable: KepuasanTamu

Sumber : Hasil pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.13, dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 3,476 + 0,711 X_1 - 0,057 X_2 + 0,238 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel Kepuasan Tamu

a = konstanta

b₁..b₃ = koefisien regresi

X₁ = variabel Harga

X₂ = variabel Kualitas Pelayanan

X₃ = variabel Lokasi

e = standard error

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta (a) = 3,476. Ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Lokasi (X₃) adalah 0, maka Kepuasan Tamu (Y) pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem sebesar 3,476.
- Koefisien b₁ (X₁) = 0,711. Ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem akan meningkat sebesar 0,711 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien b₂ (X₂) = -0,057. Ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₂) berpengaruh secara Negatif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Kualitas Pelayanan Menurun sebesar satu satuan, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem tidak akan meningkat sebesar -0,057 dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien b₃ (X₃) = 0,238. Ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X₃) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Lokasi semakin strategis sebesar satu satuan, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem akan meningkat sebesar 0,238 dengan asumsi variabel lain tetap.

Pembahasan

Adapun data responden pada penelitian ini berjumlah 80 orang tamu Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem terdiri dari: jenis kelamin yang menjadi mayoritas adalah laki-laki yaitu sebesar 61,2%. Umur mayoritas adalah 21-30 tahun yaitu sebesar 52,5%. Pekerjaan mayoritas adalah Pengusaha yaitu sebesar 38,5%.

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Hotel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem yang dapat dilihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}(27,176$

>2,71) Yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara serempak dari seluruh variabel independen yaitu: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi mengindikasikan semakin meningkat Harga, Kualitas Pelayanan dan lokasi Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem maka akan meningkatkan kepuasan tamu Hotel tersebut serta semakin strategis Lokasi Usaha dari Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem maka juga akan meningkatkan kepuasan tamu Hotel tersebut.

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,499 berarti 49,9% variabel Kepuasan Tamu dapat dijelaskan oleh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Sedangkan 50,1% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lamira (2015), yang menunjukkan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hunian Hotel Puri Bagus Candidasa.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Kotler, (2008:345), dalam mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Menurut Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan merupakan “aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan”, sehingga konsumen akan mempunyai respon positif.

Menurut Swastha (2009:24), “lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

Secara umum Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem menawarkan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Hal ini tercermin dari distribusi jawaban responden yang mayoritas menyatakan setuju untuk setiap item pernyataan tentang harga dalam kuesioner penelitian. Lokasi Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem sangat mudah untuk dijangkau oleh tamu. Responden juga menjawab setuju dengan pernyataan tersebut dilihat banyaknya responden menjawab setuju pada item pernyataan tentang lokasi dalam kuesioner penelitian.

Namun demikian, meskipun mayoritas memberikan penilaian yang positif tentang harga lokasi Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem, masih ditemukan sebagian responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju khususnya pada pernyataan tentang kualitas pelayanan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem terhadap kepuasan tamu pada item pernyataan kondisi setiap ruangan kamar hotel Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem terlihat nyaman. Pada item pernyataan karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem selalu bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Juga pada item pernyataan karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa memberikan jaminan kenyamanan kepada tamu. Keseluruhan item tersebut responden menilai kurang setuju dan tidak setuju di bandingkan setuju bahwa kamar hotel nyaman untuk di huni. Kamar hotel yang tidak memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk menginap, fasilitas didalam ruang kamar yang banyak kerusakan menimbulkan kondisi kamar yang tidak

nyaman. Karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem tidak selalu memberikan pelayanan yang sesuai keinginan tamu sehingga tamu tidak begitu nyaman dalam menginap di hotel tersebut. Jika karyawan hotel memberikan pelayanan yang baik kepada tamu akan tercipta sebuah hubungan yang baik antara tamu dan karyawan. Tidak ada jaminan yang diberikan karyawan kepada tamu dalam hal kenyamanan yang di berikan karyawan hotel dikarenakan fasilitas hotel yang kurang memadai. Sehingga banyak responden menjawab kurang setuju terhadap pernyataan tersebut. Tinggal nyaman haruslah lebih ditingkatkan lagi karena dengan meningkatkan nyaman maka tamu juga akan lebih sering menginap di hotel tersebut.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Tamu

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien $b_1 (X_1) = 0,711$. Ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem akan meningkat sebesar 0,711 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,338 sedangkan nilai t_{tabel} 1,99. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (7,338) > t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika variabel Harga ditingkatkan maka kepuasan tamu akan meningkat. Harga yang semakin sesuai dengan fasilitas yang di tawarkan maka dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu untuk menginap. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel harga. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang menawarkan harga kamar sesuai dengan fasilitas yang di tawarkan. Dengan demikian, secara keseluruhan harga yang ditawarkan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem dinilai sesuai dengan harapan responden. Sehingga semakin sesuai dengan fasilitasnya yang ditawarkan dengan harganya maka dapat memberi pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu untuk menginap.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Kotler, (2008:345), dalam mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marta (2015) yang menunjukkan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu pada Santika Premier Dyandra Hotel & Convention.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien $b_2 (X_2) = -0,057$. Ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara Negatif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Kualitas Pelayanan Menurun sebesar satu satuan, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem tidak akan meningkat sebesar -0,057 dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar -1,843 sedangkan nilai t_{tabel} 1,99. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (-1,843) < t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,069 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh Negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika variabel Kualitas Pelayanan Menurun maka Kepuasan Tamu tidak akan meningkat. Maka kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Secara umum kualitas pelayanan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem melayani tamu hotel kurang optimal. Hal ini tercermin dari distribusi jawaban responden yang mayoritas menyatakan kurang setuju untuk setiap item pernyataan dalam kuesioner penelitian. Kondisi setiap ruangan kamar Hotel Puri Bagus Candidasa tidak terlihat nyaman. Karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem kurang bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada tamu.

Namun demikian, meskipun mayoritas memberikan penilaian yang negatif tentang kualitas pelayanan, masih ditemukan sebagian responden yang menyatakan setuju khususnya pada pernyataan Karyawan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem selalu bersikap sopan kepada setiap tamu. Masih di butuhnya pelatihan-pelatihan terhadap karyawan hotel agar pelayanan yang di berikan hotel semangkin meningkat sehingga meningkatkan kepuasan tamu hotel.

Dengan demikian, secara keseluruhan kualitas pelayanan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem yang ditawarkan dinilai kurang sesuai dengan harapan responden. Sehingga semakin menurun kualitas pelayanan yang di tawarkan maka dapat memberi pengaruh yang negatif terhadap kepuasan tamu.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan merupakan “aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan”, sehingga konsumen akan mempunyai respon positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marta (2015) yang menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu pada Santika Premier Dyandra Hotel & Convention.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda koefisien $b_3 (X_3) = 0,238$. Ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_3) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Tamu, atau dengan kata lain, jika variabel Lokasi semakin strategis, maka Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem akan meningkat sebesar 0,238 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian secara parsial (Uji t) nilai t_{hitung} sebesar 4,039 sedangkan nilai t_{tabel} 1,99. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (4,039) > t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Lokasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y) tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika variabel Lokasi semakin strategis maka kepuasan tamu akan meningkat. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel lokasi. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang lokasi Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem sangat mudah untuk dijangkau terlebih untuk kalangan pekerja yang umumnya sibuk dalam pekerjaannya dan membutuhkan penginapan. Responden menilai setuju Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem memiliki lokasi parkir yang sangat luas. Responden juga menilai setuju bahwa Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem berada di lingkungan yang aman.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Swastha (2009:24), “lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Lamira (2015) yang menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hunian Hotel Puri Bagus Candidasa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara serempak (Uji F) Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Hotel secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Harga ditingkatkan maka kepuasan tamu akan meningkat.
3. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan berpengaruh Negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Kualitas Pelayanan Menurun maka Kepuasan Tamu tidak akan meningkat.
4. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem artinya jika Lokasi semakin strategis maka kepuasan tamu akan meningkat.
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,499 berarti 49,9% Kepuasan Tamu dapat dijelaskan oleh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Sedangkan 50,1 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, diberikan saran-saran sebagai berikut:

Hasil dalam penelitian ini menunjukna bahwa harga , kualitas pelayanan dan lokasi mempengaruhi kepuasan tamu dalam menginap di Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem. Dalam penelitian ini Harga dan Lokasi lebih dominan mempengaruhi kepuasan tamu dalam menginap di Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem. Maka pihak Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem harus mempertahankan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan kepada tamu, sehingga Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem dapat tetap bersaing dengan hotel yang sejenis. Apabila tamu merasa puas dengan harga yang diberikan maka mereka akan terus menggunakan jasa penginapan Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem. Didukung dengan lokasi Hotel yang

semakin strategis sangat mudah untuk dijangkau, terlebih untuk kalangan pekerja yang umumnya sibuk dalam pekerjaan dan membutuhkan penginapan yang dekat dengan tempat bekerja dan diharapkan pihak Hotel dapat menambahkan sarana dan Fasilitas pendukung untuk menjangkau lokasi usaha, agar tamu tertarik untuk menginap di Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem seperti : bus antar jemput tamu secara gratis dari bandara ke hotel dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian di ketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu adalah tidak signifikan. Pihak Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya dengan melakukan perbaikan seluruh kerusakan fasilitas didalam kamar hotel dan menambah fasilitas kamar hotel yang lebih mendukung kenyamanan tamu. Selain itu, Pihak Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem juga harus meningkatkan kembali kinerja karyawan hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Dimana hal – hal yang perlu ditingkatkan adalah, Karyawan harus memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, lebih bersikap ramah lagi dalam melayani tamu, selalu memberi pelayanan yang cepat terhadap keluhan tamu dan selalu memberikan jaminan kenyamanan kepada setiap tamu yang menginap. Sehingga tamu begitu nyaman dalam menginap di hotel tersebut. Hal ini bertujuan agar tamu tetap tertarik untuk menginap pada Hotel Puri Bagus Candidasa Karangasem.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini seperti gaya hidup, perilaku konsumen, promosi dan loyalitas konsumen yang tidak di ikut sertakan pada penelitian ini. Sehingga diperoleh penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan kepuasan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, A. P. (2013). *Manajemen Marketing perhotelan* . Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup .
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlanga. Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indek.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* . Jakarta: Erlangga.
- Rahman. (2012). The Influence Of Service Quality And Price On Customer Satisfaction: An Empirical Study On Restaurany Service In Khulna Division . *Resesrh Journal Of Finance And Accounting* , 4-5.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset .
- Siagian, M. L. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Peningkatan Hunian Hotel Garuda Plaza Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2012). *Analisis Data Manajemen Dan Bisnis Medan* : USU Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2013). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Yogyakarta: CAPS.
- Susanto, A. W. (2013). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Swasta, B. (2009). *Azas - Azas Pemasaran* . Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, S. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Tamu Pada Santika Premiere Dyandra Hotel & Convention Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Management*. Yogyakarta : Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2009). *Service, Quality Dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Utama, I. G., & Mahadewi, I. M. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset