

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Profil Perusahaan**

Tanjung Kodok Beach Resort (TKBR) adalah resort berbintang tiga-plus yang letaknya tepat disamping barat Wisata Bahari Lamongan (WBL). Berada di tepi pantai utara pulau Jawa, tepatnya di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Mudah dijangkau dari kota Surabaya dengan butuh waktu satu setengah jam perjalanan berkendara mobil dan melewati jalan raya yang beraspal dengan pemandangan yang menyenangkan. Dari kamar hotel, para tamu dapat menikmati pemandangan pantai serta laut yang sangat indah, ditambah bebatuan karang dan goa alam yang mempesona. Tanjung Kodok Beach Resort merupakan satu-satunya di Jawa yang menghadap laut secara langsung. Nikmati juga matahari terbenam dengan pesona yang luar biasa.

Tanjung Kodok Beach Resort adalah satu satunya resort berbintang dipesisir pantai utara jawa yang dilengkapi dengan erbagai fasilitas olahraga, rekreasi dan hiburan. Selain merupakan tempat yang ideal bagi keluarga maupun relasi untuk melewatkan waktu santai. Tanjung Kodok Beach Resort juga merupakan tempat paling tepat melaksanakan berbagai acara rapat, seminar, rekreasi kantor, meeting sekolah, pelatihan, olahraga, hiburan, aneka pesta pernikahan bahkan acara wisuda.

Letak Tanjung Kodok Beach Resort sangat strategis di Jalan Raya Paciran yang sangat bersejarah, antara Gresik menuju Tuban. Resort ini merupakan satu

kesatuan dengan Wisata Bahari Lamongan dan Wisata Goa Maharani. Selain itu TKBR juga dekat dengan beberapa wisata ziarah di lamongan, seperti ziarah makam Sunan Drajad dan Sunan Sendang dhuwur. Sekitar 15 km, anda dapat berziarah kemakam Syech Asmoroqondi dan sekitar 5km terdapat tempat Pelelangan Ikan Brondong, yang menyajikan berbagai jenis ikan segar hasil nelayan langsung dari laut. Anda juga dapat mengunjungi Goa Akbar dan makam Sunan Bonang dengan menempuh jarak sekitar 30km lagi dari lokasi hotel.

Di lingkungan TKBR juga terdapat lapangan yang sangat luas, yang bias dipakai untuk aneka kegiatan pelajar, seperti hiburan, malam renungan atau api unggun, sambil menikmati nuansa semilirnya angin laut dan debur ombak yang indah. TKBR jua menyediakan tempat rekreasi dari sore hingga pagi hari, yaitu pantai Marina. Anda dapat langsung terjun kepantai dan jalan-jalan di dermaga sambil menyaksikan kapal-kapal kecil serta orang-orang yang sedang memancing dan menjaring ikan disekitarnya. Anda juga bias menggunakan alat-alat untuk permainan dipantai, volley pantai dan mandi dikolam air tawar.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

### **a. Visi**

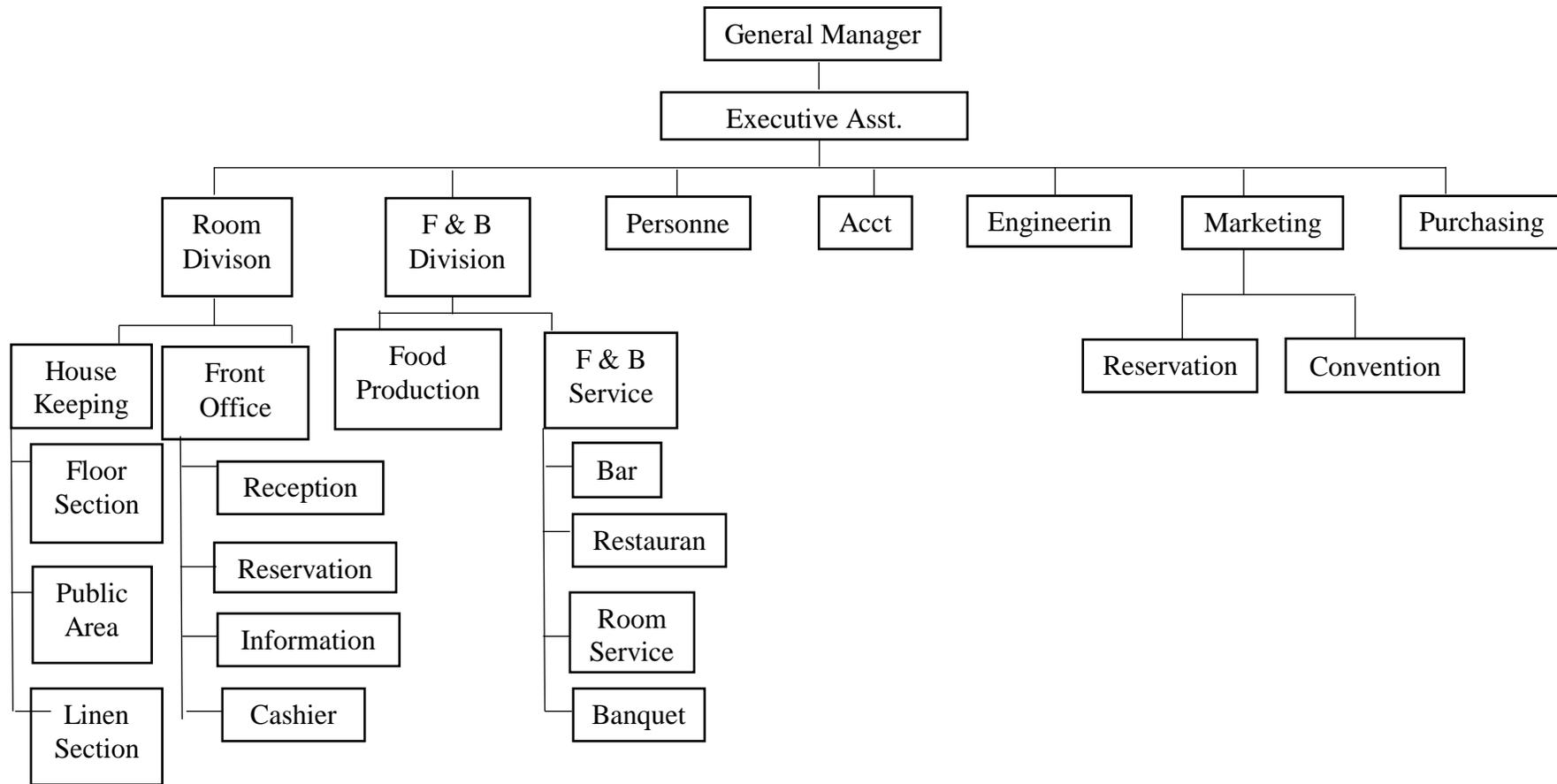
Visi Tanjung Kodok Beach Resort ingin menjadikan yang terbaik dari hotel resort yang ada diwilayah jawa timur baik pelayanan maupun pendapatan.

### **b. Misi**

Misi Tanjung Kodok Beach Resort menyediakan suasana dan pelayanan yang unik untuk para tamu, dengan suasana resort modern pelayanan yang konsisten, professional dan profit + oriented, dengan committed 100% kepuasan tamu, karyawan dan pemilik / *owning company*.

### **3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi berperan penting dalam sebuah manajemen perusahaan untuk mengatur pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam sebuah perusahaan. Berikut ini adalah struktur organisasi Hotel Tanjung Kodok Beach Resort :



Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Hotel Tanjung Kodok Beach Resort  
 Sumber : Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan sebanyak 100 orang. Gambaran umum subjek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan.

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Berikut ini adalah deskripsi mengenai identitas responden penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

#### a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan usia.

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	0	0%
20-29 tahun	30	30%
30-39 tahun	42	42%
40-49 tahun	22	22%
> 49 tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.1 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden berusia antara 30-39 tahun yaitu sebanyak 42% dan tidak ada responden yang berusia di bawah 20 tahun. Hal ini memberikan gambaran bahwa responden yang datang ke Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan adalah sudah berkeluarga dan mempunyai anak. Wisatawan datang berkunjung ke Tanjung Kodok Beach Resort karena ingin menyenangkan atau membawa anak berwisata dan sebagian besar akan menginap di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan ketika kekemalaman dan malas untuk pulang.

### b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	47	47%
Wanita	53	53%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden pria sebesar 47 orang atau 47% dan responden wanita sebesar 53 orang atau 53%. Seorang Wanita terlepas dari muda, tua, lajang, menikah ataupun janda terbukti lebih suka dan karenanya sering traveling atau liburan ketimbang pria. Menurut *The American Consumer* (2019), dalam sebuah hubungan pria dan wanita, yang lebih banyak merencanakan detail perjalanan, merekomendasikan destinasi favorit kepada kerabat ataupun senang melakukan research tentang sebuah trip adalah wanita.

### c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai negeri	4	4%
Pehawai swasta	68	68%
Anggota ABRI/POLRI	3	3%
Mahasiswa/Pelajar	2	2%
Pensiunan	2	2%
Wiraswasta	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.3 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 68 orang atau 68%. Hasil ini memberikan gambaran bahwa responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena pegawai swasta memiliki jam kerja yang lebih fleksibel dan sering mendapatkan penugasan keluar kantor atau melakukan loka karya.

#### d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pendidikan.

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SD	0	0%
SMP	1	1%
SMA	78	78%
S1	21	2%
S2	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.4 diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden berasal dari lulusan SMA yaitu sebanyak 78 orang atau 78% dan tidak ada responden yang berasal dari lulusan SD dan S2. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak yang menginap di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan adalah responden yang berpendidikan SMA. Di Indonesia sendiri, SMA adalah syarat minimal pendidikan yang ditentukan perusahaan dalam menerima karyawan yang bekerja pada perusahaan.

#### e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pendapatan.

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1-5 juta	70	70%
6-10 juta	13	13%
> 10 juta	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai pendapatan perbulan antara 1-5 juta yaitu sebanyak 70 orang atau 70%. Hasil ini memberikan gambaran bahwa responden penelitian didominasi oleh responden yang berpenghasilan antara 1-5 juta dalam sebulan. Hal ini disebabkan karena penentuan upah minimum di Jawa Timur berkisar antara 1-5 juta.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh menggunakan skor mulai angka 1 sampai 5 (skala likert) yang dipakai untuk mengukur atau melihat tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan, harga serta kepuasan pelanggan dimana tanggapan responden terhadap setiap variabel akan dimasukkan pada interval kelas. Menurut Sugiyono (2013:80), untuk menentukan panjang kelas interval menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \frac{\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

## 5

Dengan hasil interval kelas 0,8 maka dapat disimpulkan kriteria rata-rata jawaban responden adalah:

$1 < x < 1,8$	: Sangat tidak setuju
$1,8 < x < 2,6$	: Tidak setuju
$2,6 < x < 3,4$	: Ragu
$3,4 < x < 4,2$	: Setuju
$4,2 < x \leq 5$	: Sangat setuju

**a. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ )**

Item-item pernyataan dan tanggapan responden dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ )**

No	Indikator	Tanggapan										Mean
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
1	$X_{1.1}$	0	0	4	4	56	56	32	32	8	8	3,44
2	$X_{1.2}$	0	0	0	0	38	38	55	55	7	7	3,69
3	$X_{1.3}$	0	0	0	0	60	60	33	33	7	7	3,47
4	$X_{1.4}$	0	0	0	0	40	40	53	53	7	7	3,67
5	$X_{1.5}$	0	0	0	0	34	34	59	59	7	7	3,73
<b>Mean Total</b>											3,60	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan dari Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel kualitas pelayanan. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek kualitas pelayanan tersebut sebesar 3,60. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden kualitas pelayanan Hotel

Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan sudah sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan. Kualitas layanan sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan dan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Seorang responden akan memilih tempat menginap yang akan memberikan kualitas terbaik. Menurut sebagian besar responden Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik, alasan inilah yang membuat mereka datang berkunjung dan menginap di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan. pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Apabila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada kepuasan konsumen.

**b. Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga ( $X_2$ )**

Item-item pernyataan dan tanggapan responden dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	Indikator	Tanggapan										Mean
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
1	X <sub>2.1</sub>	0	0	0	0	38	38	53	53	9	9	3,71
2	X <sub>2.2</sub>	0	0	0	0	72	72	22	22	6	6	3,34
3	X <sub>2.3</sub>	0	0	2	2	39	39	52	52	7	7	3,64
4	X <sub>2.4</sub>	0	0	1	1	47	47	42	42	10	10	3,61
<b>Mean Total</b>												3,58

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan dari Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan ragu dan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel harga. Hasil ini diindikasikan dengan nilai

rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek harga tersebut sebesar 3,58. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa harga kamar di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan terjangkau dibandingkan dengan Hotel lain. Hasil ini memberikan gambaran bahwa responden banyak menginap di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan karena mereka puas dengan harga yang ditawarkan. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk/jasa dan harga tersebut dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian, semakin tepat perusahaan dalam menentukan penetapan harga, kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

**c. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

Item-item pernyataan dan tanggapan responden dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

No	Indikator	Tanggapan										Mean
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
1	Y <sub>1.1</sub>	0	0	0	0	54	54	37	37	9	9	3,55
2	Y <sub>1.2</sub>	0	0	0	0	49	49	34	34	17	17	3,68
3	Y <sub>1.3</sub>	0	0	0	0	40	40	46	46	14	14	3,74
4	Y <sub>1.4</sub>	0	0	2	2	26	26	58	58	14	14	3,84
<b>Total</b>												3,70

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan dari Tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh aspek kepuasan pelanggan

tersebut sebesar 3,70. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah cukup puas dengan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan. Kepuasan akan timbul jika kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Orang akan puas jika produk yang dibeli mempunyai kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan. Hasil ini membrikan gambaran bahwa Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan mampu untuk memenuhi keputuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan puas dengan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan.

### C. Uji Intrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validasi dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Perhitungan korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson (Ghozali, 2011:125), instrument dapat dikatakan valid bila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sebaliknya instrument dianggap tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ . Taraf signifikan yang digunakan adalah lebih kecil dari 5% (*level of significance*) yang menunjukkan bahwa pernyataan pada kuisisioner sudah sah dan valid sebagai pembentuk indikator.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
<b>Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	X <sub>1.1</sub>	0,812	0,195	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,839	0,195	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,831	0,195	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,850	0,195	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,743	0,195	Valid

<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>	X <sub>2.1</sub>	0,719	0,195	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,885	0,195	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,811	0,195	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,873	0,195	Valid
<b>Kepuasan pelanggan (Y)</b>	Y <sub>1.1</sub>	0,668	0,195	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,751	0,195	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0,736	0,195	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0,705	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas terlihat bahwa semua butir pernyataan yang mengukur variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini terjadi karena keseluruhan item pernyataan mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan dari indikator-indikator dari variabel yang diamati. Koefisien reliabilitas diketahui dari besarnya koefisien alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $>$  0,6 (Ghozali, 2011:126). Tabel 4.10 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

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

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas pelayanan	0,872	Reliabel
Harga	0,839	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,682	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Pendekatan Kolmogorov Smirnov dapat digunakan untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hasil normalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

#### Hasil Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	.740
Asymp. Sig. (2-tailed)	.645

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp. Signifikansi* lebih besar dari 5% (0,05) yaitu sebesar 0,645 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

##### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi atau tidak antar variabel bebas (independent variabel). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi yaitu menggunakan nilai dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,01$  dan nilai VIF  $< 10$  maka menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$  menunjukkan terjadi multikolinieritas

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas pelayanan	0,797	1,254	Non Multikolinieritas
Harga	0,797	1,254	Non Multikolinieritas

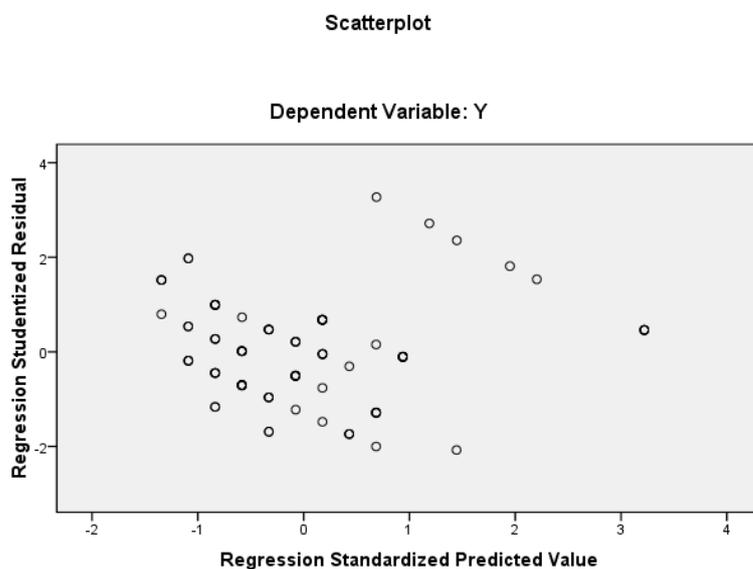
Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih rendah dari 10 untuk setiap variabel, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel independen tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika *variance* berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai

berikut:



**Gambar 4.2**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan *Scatterplot***

Berdasarkan Gambar 4.2 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya yaitu kualitas pelayanan dan harga. Setelah dilakukan uji asumsi klasik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dalam penelitian ini, bebas dari asumsi dasar (klasik) tersebut, sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan penelitian.

#### **E. Analisis Regresi Linier Berganda**

Perhitungan regresi linier berganda antara kualitas pelayanan dan harga

terhadap kepuasan pelanggan dengan dibantu program SPSS 20.0 dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.790	.291		2.717	.008
	X1	.450	.078	.460	5.788	.000
	X2	.361	.076	.379	4.773	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah

$$Y = 0,790 + 0,450X_1 + 0,361X_2 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,790 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan harga = 0 atau tidak ada, maka kepuasan pelanggan akan sebesar 0,790.
2. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,450. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu-satuan akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan sebesar 0,450 dengan asumsi variabel bebas lain dalam keadaan konstan.
3. Koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 0,361. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai hubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Artinya apabila harga meningkat sebesar satu-satuan akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan sebesar 0,361 dengan asumsi variabel bebas lain dalam keadaan konstan.

## F. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi & Koefisien Korelasi Berganda**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.512	.502	.35081

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.14 menunjukkan nilai R sebesar 0,716. Hal ini berarti bahwa hubungan atau korelasi antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah cukup kuat karena  $> 0,50$ . Nilai *R Square* sebesar 0,512 atau 51,2%, ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan dan harga adalah sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% (100% - 51,2%) dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

## G. Uji Statistik F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel 4.15.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.524	2	6.262	50.885	.000 <sup>a</sup>
	Residual	11.937	97	.123		
	Total	24.462	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 0,000 (di bawah 0,05) sebesar 50,885. Berdasarkan tingkat signifikansinya, maka disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## H. Uji t

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t**

Model	Beta	t	Sig.
Kualitas pelayanan	0,460	5,788	0,000
Harga	0,379	4,773	0,000

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan perhitungan uji regresi berganda yang tercantum pada Tabel 4.16, maka hasilnya memberikan pengertian bahwa :

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 4.16, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk kualitas pelayanan adalah  $\alpha=0,000 < 0,05$  menandakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil perhitungan Tabel 4.16, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk harga adalah  $\alpha=0,000 < 0,05$  menandakan bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Variabel yang berpengaruh dominan

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai beta sebesar 0,460, nilai ini lebih besar dari pada nilai beta variabel harga (0,379). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan.

# I. Pembahasan

## 1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton (2010) dalam Tjiptono (2011), diperoleh rumusan sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan =  $f(\text{expectations, perceived performance})$ . Dari persamaan diatas, dapat diketahui

bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat daripada *expectations* didalam penentuan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Dabholkar *et al.* (2010) dalam Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan kepuasan konsumen atau tidaknya seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan oleh Farizal (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen, sama halnya seperti penelitian yang dilakukan Simon (2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml (2010) bahwa pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh.

Apabila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada kepuasan konsumen.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan**

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. 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 (Tjiptono, 2011).

Menurut Fandy Tjiptono (2012:151) dewasa ini sukses tidanya suatu produk di pasaran tidak hanya ditentukan oleh pelayanan yang baik dari jasa tersebut akan tetapi juga ditentukan oleh faktor lain seperti salah satunya harga dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu yakni oleh Simon (2016) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa harga mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian lainnya mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat kembali dalam jurnal penelitian

yang telah dilakukan peneliti terdahulu yakni dalam jurnal Irma Ayu Noeraini, Jurnal ilmu dan riset manajemen Vol.5 No.5 Mei 2016) menunjukkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk/jasa dan harga tersebut dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian, semakin tepat perusahaan dalam menentukan penetapan harga, kepuasan konsumen akan semakin meningkat