



## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL GRAND ZURI SERPONG**

### ***THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT HOTEL GRAND ZURI SERPONG***

**Diah Pramesti Ayuningtias<sup>1</sup>, Nani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : [diahpramestia@gmail.com](mailto:diahpramestia@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen01704@unpam.ac.id](mailto:dosen01704@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article Info

#### Article history :

Received : 22-03-2025

Revised : 24-03-2025

Accepted : 26-03-2025

Published : 28-03-2025

#### Abstract

*The study was conducted to determine the effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at the Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan Hotel, both partially and simultaneously. The research method used is quantitative descriptive. The respondents used were 100 customers of the Grand Zuri Serpong Tangerang Serpong Hotel who participated in the study. The results of the study showed that; (1) Price partially has a significant effect on Customer Satisfaction at the Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan Hotel of 55.2%, (2) Service Quality partially has a significant effect on Customer Satisfaction at the Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan Hotel of 35.7%, (3) Price and Service Quality simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction at the Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan Hotel of 54.3% strengthened by the results of the simultaneous hypothesis test (F test) obtained a calculated  $F_{count}$  of 57.669 >  $F_{table}$  3.090.*

**Keywords : Price, Service Quality, Customer Satisfaction**

#### Abstrak

Penelitian dilakukan guna mengetahui pengaruhnya Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan, baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan berjenis kuantitatif bersifat deskriptif. Responden yang digunakan adalah pelanggan Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Serpong sebanyak 100 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Harga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan sebesar 55,2%, (2) Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan sebesar 35,7%, (3) Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan sebesar 54,3% diperkuat dengan hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) diperoleh nilai  $F_{hitung}$  57,669 >  $F_{tabel}$  3,090.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

#### PENDAHULUAN

Bisnis perhotelan secara global merupakan sektor ekonomi yang termasuk luas dan dinamis dengan mencakup layanan akomodasi, makanan, dan pengalaman bagi pelanggan yang bepergian



untuk bisnis maupun rekreasi. Industri ini telah mengalami pertumbuhan pesat selama beberapa dekade terakhir, didorong oleh peningkatan mobilitas, perkembangan pariwisata internasional, dan globalisasi.

Pasar perhotelan terbagi menjadi berbagai segmen, mulai dari hotel mewah dan resor hingga hostel dan penginapan ekonomi, masing-masing melayani kebutuhan tamu yang berbeda. Persaingan ketat dalam industri ini mendorong hotel untuk menciptakan pengalaman unik dan menonjol di pasar, termasuk melalui strategi loyalitas dan kerja sama dengan platform digital. Namun, tantangan tetap ada, termasuk fluktuasi ekonomi global, ketidakstabilan politik, perubahan kebijakan perjalanan internasional, dan krisis tenaga kerja yang mempengaruhi perekrutan serta retensi staf terampil.

Bisnis perhotelan di Indonesia termasuk dalam sektor bisnis yang terbilang sangat penting dan bisa untuk dikembangkan, didorong oleh potensi pariwisata yang sangat besar. Sebagai negara kepulauan dengan keanekaragaman budaya, alam, dan sejarah, Indonesia menarik jutaan wisatawan domestik dan internasional setiap tahun. Destinasi populer seperti Bali, Yogyakarta, Lombok, dan Jabodetabek menjadi pusat pertumbuhan hotel-hotel baru, mulai dari hotel mewah hingga penginapan dengan biaya yang menawarkan akomodasi terjangkau.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan dengan fokus pada keterkaitannya antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai indikator penting untuk menilai keberhasilan hotel dalam menyediakan layanan yang memenuhi atau melebihi harapan tamu. Kepuasan pelanggan juga berdampak pada keberlanjutan bisnis hotel. Pelanggan yang puas cenderung memberikan ulasan positif, merekomendasikan hotel kepada orang lain, dan kembali menginap di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya akan menilai keterkaitan antara harga dan kualitas pelayanan, tetapi juga memberikan wawasan strategis bagi manajemen hotel untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang hotel.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hadyarti, V., dan Kurniawan, M. Z. (2022), menjelaskan hasil penelitian, bahwa; “Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam pengelolaan bisnis karena pelanggan yang puas cenderung akan berkunjung kembali dan memberi rekomendasi kepada yang lain sehingga pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi pihak pembisnis”.

Lebih lanjut, menurut Kotler dan Keller (2022:27), berpendapat; “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar hasil dari layanan yang diterima, tetapi juga mencerminkan perasaan dan evaluasi subjektif bagi pelanggan.



Secara keseluruhan, efektivitas dalam mempertahankan kepuasan pelanggan sangat penting bagi industri perhotelan. Dengan membangun komunikasi yang baik antara staf dan tamu hotel dapat menciptakan hubungan yang positif untuk jangka panjangnya, serta juga program loyalitas juga berperan penting dalam meningkatkan keterikatan pelanggan, membuat mereka merasa dihargai. Dengan menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas yang konsisten, hotel dapat memastikan bahwa pelanggan puas dengan pengalaman mereka.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung di suatu hotel, termasuk Hotel Grand Zuri Serpong. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan, mereka cenderung untuk kembali dan menginap lagi, serta merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Dalam industri perhotelan, harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan. Hotel Grand Zuri Serpong perlu mempertimbangkan bagaimana harga yang ditawarkan berkorelasi dengan layanan, fasilitas, serta pengalaman yang dirasakan oleh tamu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, M. R. (2023), terkait dengan pembahasan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, menerangkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Vcoffe Shop Padang. Namun, berbanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghufroon, M. (2020), terkait dengan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, menerangkan hasil penelitian bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, menurut Alma (2020:171), menyatakan bahwa; “Harga dalam arti luas tidak hanya sejumlah uang yang diserahkan kepada penjual untuk mendapatkan barang yang dibeli akan tetapi juga meliputi hal-hal diluar seperti waktu, usaha (pencarian), risiko psikologis, tambahan pengeluaran untuk jaminan (membayar asuransi)”. Oleh karena itu, kaitannya dengan kepuasan pelanggan di industri perhotelan, konsep ini sangat relevan karena persepsi pelanggan terhadap harga yang mereka bayarkan tidak hanya diukur dari nominal uang, tetapi juga dari seberapa besar mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari keseluruhan pengalaman menginap.

Pelayanan berkualitas menjadi kunci untuk membangun pengalaman positif, mencakup sikap ramah dan profesional dari staf, kecepatan dan efisiensi dalam pelayanan, serta perhatian terhadap detail dalam setiap interaksi. Selain itu, hotel yang mampu mengidentifikasi dan mengurangi risiko atau ketidaknyamanan yang mungkin dihadapi tamu, seperti memastikan kebersihan yang tinggi dan menjaga keamanan, akan lebih sukses dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Selain faktor harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor kunci yang menentukan kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan. Pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi tamu, meningkatkan loyalitas, dan memperbesar kemungkinan mereka untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan staf yang terlatih dan berpengetahuan, yang mampu memberikan informasi yang tepat



dan membantu tamu dengan kebutuhan mereka. Kecepatan dan efisiensi dalam proses *check-in* dan *check-out* serta respons yang cepat terhadap permintaan atau keluhan tamu juga sangat dihargai.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggapratama, R., dan Irnawati, D. (2023), terkait dengan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, menerangkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiarno, B., dkk. (2022), terkait pembahasan pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, menerangkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, menurut Kotler (2020:25), berpendapat; “Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan”. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk secara konsisten mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Penilaian yang berkelanjutan terhadap kepuasan pelanggan, pelatihan staf, dan penyesuaian prosedur operasional dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara lebih efektif. Dengan fokus pada ketepatan waktu dan pemenuhan persyaratan yang diharapkan, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan mereka. Kualitas pelayanan yang tinggi akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan. Pelayanan yang tinggi tidak hanya memenuhi harapan tamu, tetapi juga sering kali melebihi ekspektasi mereka, menciptakan pengalaman yang positif. Ketika staf hotel memberikan pelayanan yang responsif dan ramah, hal ini dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi tamu, membuat mereka merasa dihargai dan diperhatikan, yang secara langsung berkontribusi pada tingkat kepuasan mereka.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, peneliti berusaha untuk melaksanakan penelitian secara ilmiah dengan mengacu pada konteks judul penelitian; “**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan**”.

### **Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan utama yang muncul dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan?



3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan?

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Klasifikasi berbagai jenis metode penelitian didasarkan pada beberapa faktor, seperti jenis dan analisis yang digunakan, teknik yang diaplikasikan, tujuan, sifat masalah yang dihadapi, serta tingkat penjelasannya. Secara umum, terdapat dua pendekatan utama yang sering digunakan dalam penelitian ilmiah, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pada studi kuantitatif, data yang digunakan berupa angka mentah yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan memperoleh kesimpulan. Metode pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif umumnya menggunakan kuesioner. Sebaliknya, pendekatan penelitian kualitatif lebih berfokus pada pemahaman mendalam mengenai kualitas atau karakteristik.

Untuk judul penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan”, menggunakan metode penelitian berjenis kuantitatif bersifat deskriptif. Lebih lanjut, menurut Sugiyono (2021:16), menjelaskan bahwa; “Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Lebih lanjut, penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2021:64), berpendapat; “Penelitian deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan objek yang diteliti berdasarkan data yang telah dikumpulkan”.

### **Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2021:68), menyatakan bahwa; “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Terdapat dua variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Menurut Sugiyono (2021:69), berpendapat bahwa; “Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Adapun pada variabel bebas dalam penelitian ini; Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) yang menjadi fokus subjek pembahasan pengaruhnya terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Variabel dependen menurut Sugiyono (2021:68), menjelaskan bahwa; “Variabel dependen sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ), terkait dengan pembahasan penelitian pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).



**Tabel 1. Operasional Variabel**

Variabel Independen	Indikator	Nomor Kuesiner
<b>Harga (X<sub>1</sub>)</b>  Sumber: Indahsari (2022:42)	1. Keterjangkauan Harga	1 dan 2
	2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	3 dan 4
	3. Daya Saing Harga	5 dan 6
	4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	7 dan 8
	5. Pengambilan Keputusan Konsumen	9 dan 10
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>  Sumber: Zaid (2021:112)	1. Keandalan	1 dan 2
	2. Bukti Fisik	3 dan 4
	3. Daya Tanggap	5 dan 6
	4. Jaminan	7 dan 8
	5. Empati	9 dan 10
Variabel Dependen	Indikator	Nomor Kuesiner
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>  Sumber: Kotler dan Keller (2022:448)	1. Kesesuaian Harapan	1, 2, dan 3
	2. Minat Berkunjung Kembali	4, 5, dan 6
	3. Kesiediaan Merekomendasikan	7, 8, 9 dan 10

**Populasi Penelitian**

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2021:126), menjelaskan bahwa; “Populasi merupakan keseluruhan atribut yang dapat berupa manusia, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian”. Maka dalam penelitian ini yang menjadi objek populasinya adalah pelanggan Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan dengan jumlah sebanyak 33.398 pelanggan yang terhitung pada kuartal 4 (empat) tahun 2023 atau diakhir tahun 2023 (Sumber Data: Staf Umum Hotel Grand Zuri Serpong, 2024).

**Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2021:127), berpendapat bahwa; “Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang menjadi fokus penelitian dan dianggap mampu mewakili seluruh populasi”. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel menggunakan pendekatan *Probability Sampling*.

Lebih lanjut, menurut Sugiyono (2021:128), menjelaskan bahwa; “*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang setara bagi setiap unsur dalam populasi”. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama.

Penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling* dengan menerapkan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan tingkatan atau strata yang mungkin ada dalam populasi. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2020:63-64), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.(e^2)}$$



Keterangan:

n : Ukuran sampel  
 N : Ukuran populasi (33.398)  
 $e^2$  : *Margins of Error's* (10%)

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{33398}{1 + 33398 \times (0,01^2)}$$

$$n = \frac{33398}{1 + 33398 \times 0,01}$$

$$n = \frac{33398}{1 + 333,98}$$

$$n = \frac{33398}{334,98}$$

$$n = 99,70 \text{ Pembulatan} = 100$$

Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini setidaknya jumlah sampel sekurang-kurangnya adalah 100 pelanggan Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan sebagai sampel daripada penelitian ini.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampling menurut Sugiyono (2020:81), menyatakan; “Kata lain dari teknik pengambilan sampel, yaitu untuk menentukan sampel yang akan digunakan”. Lebih lanjut, menurut Sugiyono (2020:129), mengemukakan bahwa; “Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*”. Pembagian ini membantu peneliti memilih teknik sampling yang sesuai dengan desain penelitian.

Dalam penelitian ini, metode *Probability Sampling* dipilih sebagai teknik penentuan sampel untuk memperoleh representasi yang objektif dari populasi pelanggan Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan. Metode *Probability Sampling* memungkinkan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sehingga hasil penelitian diharapkan lebih akurat dan dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi pelanggan hotel tersebut.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2020:103), berpendapat; “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dalam penelitian ini pengumpulan data-data guna mendukung jalannya penelitian, didapatkan dengan beberapa teknik sebagai berikut ini:

#### **1. Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2020:192), menjelaskan; “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden



untuk di jawabnya”. Pada teknik ini, yaitu dengan cara mengajukan pernyataan-pernyataan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan kuesioner dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden.

## 2. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:109), menjelaskan; “Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.” Pada teknik ini, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di lokasi penelitian.

## 3. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2020:104), berpendapat; “Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini data sekunder yang berupa subjek penelitian mencakup pada jurnal, buku, penelitian terdahulu, dan teori-teori ahli.

## TEKNIK ANALISIS DATA

### Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2021:147), berpendapat bahwa; “Koefisien determinasi digunakan untuk menyesuaikan beberapa parameter dalam bentuk persentase yang menggambarkan pengaruh terhadap variabel dependen”. Nilai koefisien determinasi mendekati 1 (persentase), artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan, nilai determinasi sebesar 0, artinya variabel-variabel independen hanya memberikan sedikit informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependennya. Adapun rumus yang digunakan dalam analisis ini menurut Sugiyono (2021:69), untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung suatu koefisien yang disebut koefisien penentuan, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi

$r^2$  : Koefisien korelasi antara variabel bebas dan terikat (dikuadratkan)

100% : Pengalihan yang dipersentasekan (hasil x 100%)

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau secara simultan dimaksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2021:323), uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen.





**H<sub>03</sub>** Diduga tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan.

**H<sub>a3</sub>** Diduga terdapat pengaruh secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan.

Dalam pengujian hipotesis yang dilakukan secara simultan untuk pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) menggunakan analisis statistik yang dikenal sebagai uji F. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05), dengan interpretasi hasil sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen;
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, yang berarti variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria juga dapat dikatakan signifikan jika nilai *p value* (sig.) < standar (sig.) 0,05.

Berikut perumusan dalam menentukan derajat kriteria  $F_{tabel}$ :

Jumlah atau angka sampel penelitian yang digunakan ( $n$ ) = 100;

Ketentuan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = (0,05 atau 5%);

Jumlah seluruh variabel yang ada ( $k$ ) = Terdapat 3 (tiga variabel;  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ );

Ketentuan derajat kebebasan ke 1 ( $dk_1$ ) = 3 ( $k$ ) - 1 = 2;

Penentuan derajat kebebasan ke 2 ( $dk_2$ ) =  $n$  (banyaknya sampel) - ( $k$ );

Diperoleh nilai  $F_{tabel} = 100 - 3 = 97$  ( $F_{tabel} = 3,090$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji koefisien determinasi dan uji simultan (uji F) dalam penelitian ini, digunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows* versi 25. Berikut dijelaskan dalam hasil:

**Tabel 2. Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial  
Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 <sup>a</sup>	,522	,517	3,317

a. Predictors: (Constant), Harga ( $X_1$ )

Berdasarkan tabel 2, terlihat koefisien determinasi secara parsial sebesar 0,522 yang berarti variabel Harga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar  $0,522 \times 100\% = 55,2\%$ , sedangkan sisanya  $(100-55,2\%) = 44,8\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam pembahasan.



**Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial  
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,598 <sup>a</sup>	<b>,357</b>	,351	3,847

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan tabel 3, terlihat koefisien determinasi secara parsial sebesar 0,357 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar  $0,357 \times 100\% = 35,7\%$ , sedangkan sisanya  $(100-35,7\%) = 64,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam pembahasan.

**Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan  
Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,737 <sup>a</sup>	<b>,543</b>	,534	3,259

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Berdasarkan tabel 4, terlihat koefisien determinasi secara simultan sebesar 0,543 yang berarti variabel Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar  $0,543 \times 100\% = 54,3\%$ , sedangkan sisanya  $(100-54,3\%) = 45,7\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam pembahasan dalam penelitian ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)  
Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1225,329	2	612,664	<b>57,669</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
	Residual	1030,511	97	10,624		
	Total	2255,840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Berdasarkan tabel 5, dari hasil uji hipotesis secara simultan (uji F), diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,669 yang lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  sebesar 3,090, diperkuat dengan hasil *p value* sebesar  $0,00 < \text{standar sig. } (0,05)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_{a3}$ , yaitu; Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Zuri Serpong Tangerang Selatan, terbukti benar.



## KESIMPULAN

Keterkaitan antara harga dan kepuasan pelanggan sangat penting dalam menentukan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Harga sering kali menjadi indikator utama yang memengaruhi persepsi nilai dari pelanggan. Ketika harga yang dibayarkan dirasa sebanding dengan kualitas produk atau layanan yang diterima, pelanggan cenderung merasa puas karena mendapatkan "nilai" yang sesuai dengan pengeluaran mereka. Pelanggan mengevaluasi harga dalam konteks nilai yang diterima; jika harga dirasa sesuai atau bahkan lebih rendah dari manfaat yang diperoleh, tingkat kepuasan akan meningkat. Namun, harga yang tinggi tanpa didukung kualitas yang sepadan bisa memicu kekecewaan.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting dalam bisnis, terutama di sektor jasa. Kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ketika pelanggan merasa pelayanan yang diterima berkualitas tinggi, mereka cenderung lebih puas karena merasakan bahwa harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui.

Kesimpulannya, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang dianggap wajar dan sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena mereka merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan pengeluaran mereka. Kualitas pelayanan yang baik, yang mencakup aspek seperti keandalan, ketanggapan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, memperkuat pengalaman positif dan mempertinggi tingkat kepuasan. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan saling terkait dan berperan secara simultan dalam membentuk persepsi pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Anggapratama, R., dan Irnawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2), 341-350.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., dan Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gufron, M., dan Tj, I. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Citraraya Mandiri Motor Surabaya. *Jurnal Teknik Industri*, 23(2), 31-40.
- Hadyarti, V., dan Kurniawan, M. Z. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Eco-Entrepreneur*, 8(2), 47-59.



- Indahsari, L. N., dan Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Be Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 51-60.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18e Global Edition)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian (31st ed.)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wahyudi, M. R. (2023). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Vcoffe Shop Padang. (*Doctoral Dissertation, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan*).
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Lamongan: Akademia Publikasi.