

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL GRAND AQUILA BANDUNG

Janet Arlita Rewa

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana

janetarlitar@gmail.com

Abstrak: Tujuan penelitian untuk mengetahui harga, mengetahui kualitas pelayanan, mengetahui kepuasan konsumen. Selain itu untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Aquila Bandung. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga di Hotel Grand Aquila Bandung dapat dikatakan baik akan tetapi masih ada yang dinilai harga yang sesuai pasaran dengan harga yang ditawarkan konsumen. Kualitas pelayanan di Hotel Grand Aquila dapat dikatakan baik dengan demikian kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan lebih baik lagi. Kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung dapat dikatakan baik akan tetapi dalam menggunakan jasa Hotel Grand Aquila Bandung pada waktu dekat ini dinilai cukup sehingga perlu ditingkatkan lagi. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung, artinya secara bersama-sama atau secara simultan variabel independen yaitu variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Abstract: *The purpose of this research is to find out the price, to know the quality of service, to find out the customer satisfaction. In addition to knowing the effect of price on customer satisfaction, the effect of service quality on customer satisfaction and to understand the difference in price and service quality on customer satisfaction Grand Aquila Hotel Bandung. The results showed that the price at the Grand Aquila Hotel Bandung can be said to be good but there are still those that are valued according to the market price offered by consumers. The quality of service at the Grand Aquila Hotel can be said to be good so that the quality of service still needs to be improved even better. Consumer satisfaction at the Grand Aquila Bandung Hotel can be said to be good but in using the services of the Grand Aquila Bandung Hotel soon it is considered sufficient so that it needs to be improved again. Prices affect customer satisfaction at the Grand Aquila Hotel Bandung. Quality of service affects customer satisfaction at the Grand Aquila Hotel Bandung. Price and Service Quality affect Consumer Satisfaction at the Grand Aquila Hotel Bandung, meaning that together or simultaneously the independent variable is the price and quality of service variables significantly influence the dependent variable, namely customer satisfaction variables.*

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

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki

berbagai macam pariwisata, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor pendapat negara yang cukup besar dan di anggap sangat

berpotensi untuk dikembangkan lagi kearah yang lebih baik, terbukti dengan program pemerintah yang mengeluarkan slogan Wonderful Indonesia. Berkembangnya dunia pariwisata ini bukan hanya di salah satu tempat yang berada di Indonesia, jika dulu yang Indonesia andalkan di sektor pariwisatanya adalah Bali saja tapi sekarang dengan program pemerintah tersebut beberapa tempat lain pun mulai dikenalkan kepada wisatawan mancanegara sebagai tempat pariwisata yang wajib dikunjungi turis-turis asing seperti, Maluku, Manado, Papua, Lombok, Yogyakarta dan Bandung. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar. Oleh karena itu, kegiatan kepariwisataan diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan. Bandung sendiri merupakan kota yang berkembang dan di promosikan sebagai salah satu kota yang wajib dikunjungi wisatawan mancanegara, selain karena tempat pariwisatanya tapi juga karena bisnis-bisnis di sekitarnya yang mendukung pariwisata itu sendiri berkembang lebih cepat. Dengan hal seperti ini salah satu bisnis yang sangat berperan penting mendorong pariwisata adalah Bisnis Perhotelan.

Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Konsumen hotel dalam memilih tempat penginapan memiliki berbagai macam kriteria, dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan

melakukan inovasi secara terus menerus. Untuk itu hotel perlu melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan konsumennya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Berdasarkan SK Direktorat Jenderal Pariwisata penggolongan hotel ditandai dengan bintang yang disusun mulai dari hotel non bintang sampai dengan yang tertinggi adalah hotel dengan bintang lima. Tolak ukur tingkatan kualitas bintang tersebut meliputi beberapa unsur seperti: Jumlah kamar, Luas kamar, Exterior dan Interior, fasilitas dan juga pelayanan yang berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diberikan oleh karyawan hotel seperti: receptionist, bell boy, room service, security, housekeeper, dan lain - lain.

Dan dengan makin menjamurnya bisnis perhotelan di Bandung maka permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah fenomena persaingan dalam dunia perhotelan menunjukkan bahwa dalam rangka memberikan layanan terbaik, perusahaan melakukan berbagai strategi untuk dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan hingga berujung pada loyalitas terhadap perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : Harga yang dilakukan di Hotel Grand Aquila Bandung, Kualitas pelayanan yang diberikan di Hotel Grand Aquila Bandung, Bagaimana kondisi kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung, Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung, Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung, dan Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Harga

Menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa "Harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang atau aspek lain yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa". Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2016) mendefinisikan harga secara lengkap yaitu "sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa".

Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk yang diberikan kepada pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Oleh sebab itu setiap perusahaan dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan secara matang sehingga menguntungkan bagi perusahaan yang mendapatkan laba dan bagi konsumen dapat membeli produk sehingga dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Armstrong (2016) menyatakan kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Sedangkan menurut Wyock yang dikutip oleh Tjiptono (2014) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

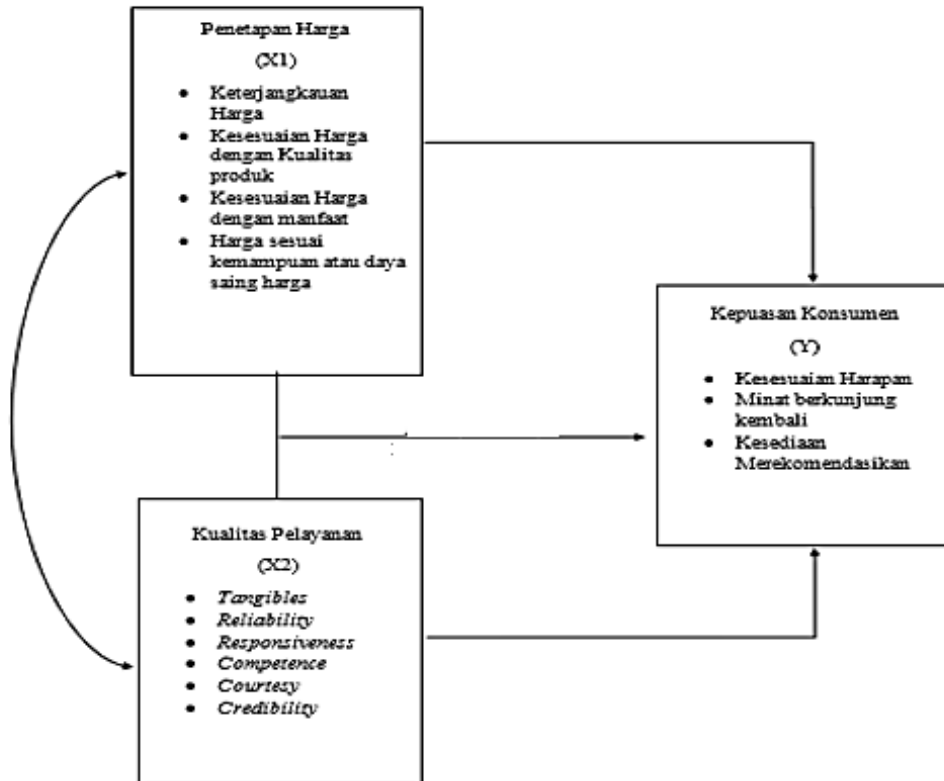
Dengan kata lain kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Armstrong (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Solomon (2015) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Berdasarkan yang dijelaskan bahwa hubungan antara penetapan harga dan kualitas pelayanan terletak pada kepuasan konsumen yang berkualitas. Semakin perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan kepada konsumen, maka akan berpengaruh terhadap minat konsumen. Hal ini dapat dilihat pada

gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Harga di Hotel Grand Aquila terjangkau.
2. Kualitas Pelayanan di Hotel Grand Aquila cukup baik.
3. Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila cukup memuaskan.
4. Harga berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Grand Aquila.
5. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila.

6. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-verifikatif dengan analisis data kuantitatif. Cara yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya wawancara yang dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung dengan responden. Kemudian setiap jawaban dari responden diusahakan untuk dicatat dengan baik dan apabila jawaban dari responden tersebut masih dirasa kurang jelas dari apa yang

ditanyakan maka peneliti dapat meminta penjelasan ataupun meluruskan sampai memperoleh jawaban yang diharapkan.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yang artinya dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Penelitian dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Hotel Grand Aquila Bandung.

Populasi dalam penelitian ini adalah yang menggunakan jasa dan tamu yang menginap di Hotel Grand Aquila Bandung. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Non probability Sampling dan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Insidental, dengan minimal sampel sebanyak 88.

Penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis). Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung, pengaruh bersama (joint effect) maupun pengaruh tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) di Hotel Grand Aquila Bandung dengan menggunakan metode statistik analisis jalur (*path analysis*). Dikarenakan skala data adalah *likert ordinal* sehingga untuk keperluan penelitian data di transformasi terlebih dahulu menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dengan bantuan software microsoft excel 2016 untuk lengkapnya dapat dilihat pada lampiran data penelitian. Sesuai dengan hipotesis penelitian yang akan diajukan, selanjutnya data akan diuji dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Langkah pertama yang akan dilakukan adalah menghitung koefisien korelasi selanjutnya menghitung koefisien jalur.

Analisis Koefisien Korelasi

Variabel pada penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y), koefisien korelasi diantara variabel tersebut dihitung menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*, menggunakan bantuan program *IBM SPSS 23* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Korelasi Antar Variabel Penelitian

		Correlations		
		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	.972**	.982**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	88	88	88
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.972**	1	.994**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	88	88	88
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.982**	.994**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Tabel 1. diatas menjelaskan analisis korelasi antara variabel penelitian. Hasil analisis korelasi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai korelasi yang diperoleh antara harga (X_1) dengan kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,972. Nilai korelasi sebesar 0,972 berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi termasuk kedalam kategori hubungan yang sangat kuat.
2. Nilai korelasi yang diperoleh antara harga (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,982. Nilai korelasi sebesar 0,982 berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi termasuk kedalam kategori hubungan yang sangat kuat.
3. Nilai korelasi yang diperoleh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,994. Nilai korelasi sebesar 0,994 berdasarkan pedoman interpretasi koefisien termasuk kedalam kategori hubungan yang sangat kuat.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : P_{YX_1X_2} = 0$: Artinya secara simultan, harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila.

$H_1 : P_{YX_1X_2} \neq 0$: Artinya secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila.

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5%

Tolak H_1 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5%

Uji statistik yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1)R_{YX_1X_2 \dots X_k}^2}{k [1 - R_{YX_1X_2 \dots X_k}^2]}$$

$$F = \frac{(88 - 2 - 1) \times 0,993}{2(1 - 0,993)} = 5,664$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 5,664. Nilai ini akan

dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tabel distribusi F. Dengan $\alpha=0,05$, db_1 dan $db_2=85$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak H_1 diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Pengujian Hipotesis Parsial X_1

$H_0 : P_{YX1} = 0$, Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

$H_1 : P_{YX1} \neq 0$ Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , terima dalam hal lainnya.

Uji statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{YX1X2}^2) CR_{ii}}{(n - k - 1)}}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,287}{\sqrt{\frac{(1 - 0,993) (18,111)}{(88 - 2 - 1)}}}$$

$$t_{hitung} = 7,431$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh harga (X_1) sebesar 7,431. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=88-2-1=85$, untuk pengujian dua sisi diperoleh sebesar 7,431 $>$ t_{tabel} sebesar 1,988. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial, harga signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Pengujian Hipotesis Parsial X_2

$H_0 : P_{YX2} = 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

$H_1 : P_{YX2} \neq 0$ Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : tolak H_0 jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , terima dalam hal lainnya.

Uji statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{YX1X2}^2) CR_{ii}}{(n - k - 1)}}}$$

$$t = \frac{0,715}{\sqrt{\frac{(1 - 0,993) (18,111)}{(88 - 2 - 1)}}}$$

$$t_{hitung} = 18,514$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh kualitas pelayanan (X_2) sebesar 18,514. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=88-2-1=85$, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Dari nilai-nilai tersebut terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 18,514 $>$ t_{tabel} 1,988. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Pembahasan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hubungan dan pengaruh antar variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan apa yang telah dihitung sebelumnya menggunakan SPSS ver 23

Diketahui bahwa terdapat keeratan hubungan antar variabel X_1 dan X_2 dikarenakan nilai signifikansi $<$ 0,05 maka dinyatakan berkorelasi. Sedangkan

berdasarkan Korelasi Pearson sebesar 0,972 yaitu tingkat hubungan termasuk ke dalam kategori sangat kuat. Hubungan antara Harga dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,287 yang artinya hubungan harga dengan kepuasan konsumen dikatakan rendah. Sedangkan hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,715 yang artinya hubungan ini kuat dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Besarnya pengaruh secara simultan $R^2 Y_{((X1X2))}$ yang didapat adalah sebesar 0,993 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y sebesar 99,3% sementara sisanya 7% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Pengaruh secara parsial X_1 terhadap Y adalah sebesar 0,282 dan X_2 terhadap Y adalah sebesar 0,711 maka Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan berdasarkan Uji F sebesar 5,664 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,10 ($5,664 > 3,10$) karena F_{hitung} itu mencapai puluhan dibanding F_{tabel} yang hanya satuan, H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan demikian maka pengaruhnya signifikan. Sedangkan pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial memiliki nilai signifikansi $X_1 = 0,000$ dan nilai $X_2 = 0,000$ lebih kecil dari 0,05. Dengan pengujian parsial X_1 sebesar t_{hitung} 7,431 dan pengujian parsial X_2 sebesar t_{hitung} 18,514 hasil ini menyatakan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Harga kamar tipe superior deluxe di Hotel Grand Aquila Bandung secara keseluruhan dapat dikategorikan baik, namun ada beberapa variabel yang masih cukup baik antara lain tentang ketidakesesuaian informasi yang menyatakan bahwa harga kamar lebih murah dibandingkan dengan harga kamar hotel yang sejenis.

Dalam masalah kualitas pelayanan, menunjukkan tanggapan responden bahwa secara keseluruhan di kategorikan baik, adapun tanggapan yang masih dianggap kurang adalah masalah reponsiveness adalah antara lain, tentang kemampuan melayani konsumen.

Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung atas harga dan kualitas pelayanan di kamar superior deluxe dapat dikatakan baik dan memuaskan.

Besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dilihat dari hubungannya yang cukup rendah akan tetapi harga masih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya secara parsial harga signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung

Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilihat dari hubungannya yang sangat kuat dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung.

Besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat berpengaruh, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, selanjutnya disampaikan saran-saran berikut:

Harga yang ditawarkan di Hotel Grand Aquila Bandung dinilai sesuai, akan tetapi akan lebih baik jika harga yang ditawarkan betul-betul disesuaikan dengan fasilitas dan kebutuhan dan diinformasikan secara transparan dan jelas.

Pelayanan dengan sikap-sikap yang ramah pada konsumen dan mudah ditemui dalam menggapai kesulitan konsumen masih perlu ditingkatkan

sehingga manajemen dapat memberikan pelatihan secara singkat bagaimana dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11thEdition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.