

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADAREDDOORZ NEAR MIKIE HOLIDAY BERASTAGI

Menanti Sembiring¹⁾ Ingan Ukur Br Sitepu²⁾ Feri Fernandes Ginting³⁾

¹⁾Universitas Quality, Jln. Ringroad-Ngumban Surbakti No.18, Medan

²⁾Universitas Quality Berastagi, Jl.Lau Gumba Peceren Berastagi

³⁾Mahasiswa Universitas Quality Berastagi

Email: sembiringmenanti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi. Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan price discount berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun Price discount tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi. Hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 0,183 yang berarti 18,30% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan *price discount*.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, *price discount*, kepuasan

Abstract

This study aims to determine and analyze how the influence of service quality and price discount on customer satisfaction at Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi. The method of data analysis was carried out by multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously service quality and price discount had a significant effect on customer satisfaction. Partially Quality of Service has a significant effect on customer satisfaction but Price discount has no significant effect on customer satisfaction of Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi. The result of the coefficient of determination shows 0.183 which means 18.30% customer satisfaction is influenced by the service quality and price discount variables.

Keywords: *Quality of service, price discount, satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hotel merupakan salah satu sarana akomodasi yang digunakan bagi para pelaku bisnis maupun wisatawan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat, maupun tempat untuk makan dan minum. Keberadaan hotel ditengah-tengah masyarakat dirasakan semakin penting bagi yang membutuhkan kebutuhan tempat untuk menginap dalam berbagai keperluan. Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT- 86: Hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial

Persaingan usaha perhotelan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan harus dapat berinovasi dan kreatif agar dapat bertahan. Berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan potongan harga kepada pelanggan mereka agar konsumen mereka menjadi puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Apabila harapan pelanggan lebih besar dari kualitas pelayanan yang mereka terima maka konsumen tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diterima, maka pelanggan merasa puas bahkan sangat puas. Kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Di lain pihak Rismawati (2017) menyatakan bahwa: “Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas yang diinginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan” Pelayanan tidak hanya penting diberikan kepada pelanggan tetapi juga kepada karyawan perusahaan, agar semua karyawan merasa puas dalam bekerja, sehingga mereka akan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan perusahaan.

Kasmir (2017:47) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada

pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang harus diperhatikan oleh perusahaan guna memenuhi keinginan setiap konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah baik atau belum maka perusahaan harus melakukan pengukuran. Menurut Tjiptono dalam Bernik (2019) Kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan lima dimensi yang dikenal dengan nama TERRA yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan segera;
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk memberikan pelayanan dengan tanggap dan membantu konsumen untuk memecahkan masalah;
3. Jaminan (*Assurance*) adalah mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan dapat dipercaya dari karyawan;
4. Perhatian (*Empathy*) yaitu sikap karyawan yang memberikan perhatian yang tulus kepada konsumennya;
5. Bukti fisik (*Tangibles*) adalah penampilan dari sarana prasarana, karyawan dan fasilitas fisik lainnya; Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya berdasarkan ke lima dimensi.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma dan Nurcahya (2015) yang melakukan penelitian pada Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan yang terdiri atas lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur dan kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi tersebut secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur.

Selain memberikan pelayanan yang berkualitas maka perusahaan juga dapat memberikan potongan harga kepada pelanggannya pada hari-hari tertentu. Hal ini dilakukan agar pelanggan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini terjadi karena dengan adanya diskon konsumen akan tertarik untuk membelanjakan uangnya pada produk atau jasa yang menawarkan diskon. *Price Discount* menurut Abdulah dan Francis (2015:189): memberikan hadiah kepada konsumen atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian di waktu luar musim dengan mengubah harga dasar suatu produk.

Menurut Tjiptono (2015:229): Potongan harga/diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa *price discount* merupakan penghematan yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan produk mereka kepada konsumen dari harga normal dari suatu produk yang telah ditetapkan. Dengan demikian diharapkan akan mendorong konsumen untuk membeli dalam jumlah yang besar, mengantisipasi

promosi dari para pesaing, dan dapat meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan.

Keller dalam Heryanto (2021) menyatakan sering terjadi konsumen pada mulanya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan tetapi jika produk tersebut diberikan potongan harga dan apabila potongan harga yang di tawarkan kepada konsumen menarik membuat konsumen ingin untuk membeli barang tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Heryanto (2021) tersebut diketahui bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat penting diperhatikan oleh setiap perusahaan, agar produk mereka tetap dapat eksis di pasar. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi yang dikutip Arianto (2018): Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Sementara itu Kotler dan Armstrong (2018:39), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Mengingat pentingnya pemenuhan akan kepuasan pelanggan ini maka setiap perusahaan baik yang menawarkan produk barang maupun jasa sangat penting memperhatikan kepuasan pelanggan ini agar perusahaan mereka tetap dapat eksis di pasar.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan

konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih

pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Menurut Priansa (2017:270), terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah

1. Harapan (*Expectations*) terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang/jasa yang sesuai dengan harapan akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (*Performance*) pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*Comparison*) hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*Experience*) harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Maka konsumen akan merasa puas saat terjadi *confirmation* /*disconfirmation*.

METODE PENELITIAN

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Reddoorz Near Mikie Holliday, Jl. Jamin Ginting, Sempajaya, Kecamatan Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan memberikan kuesioner yang bersifat tertutup kepada 67 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dengan studi dokumentasi.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode analisis deskriptif merupakan metode dengan mengumpulkan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang permasalahan yang sedang diteliti. Metode analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda yang dapat dirumuskan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan pelanggan
 α : Konstanta
 $\beta_1 \beta_2$: Koefisien Regresi X_1 dan X_2
 X_1 : Kualitas Pelayanan
 X_2 : *Price Discount*
e : Variabel Residual (tingkat kesalahan)

4. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian

ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji t (Parsial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Price Discount* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y), dengan kriteria pengujian sebagai berikut: $H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel bebas (X_1 dan X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). $H_0: \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1 dan X_2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha 5\%$
 H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha 5\%$.

Untuk

memudahkan perhitungan maka akan digunakan SPSS versi 22.0

b. Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independent Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Price Discount* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y), dengan kriteria pengujian sebagai berikut: $H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel bebas (X_1 dan X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). $H_0: \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1 dan X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha 5\%$
 H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha 5\%$. Untuk memudahkan perhitungan maka akan digunakan SPSS versi 22.0

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur kemampuan variable bebas dalam menjelaskan variable terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin besar koefisien determinasi (mendekati satu) maka menunjukkan semakin besar kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen, demikian sebaliknya jika nilai R2 semakin kecil (mendekati 0) maka kemampuan model yang dimasukkan dalam regresi semakin kecil. Pengujian dilakukan dengan bantuan program pengolahan data SPSS versi 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian 1. Analisis Regresi Linear Berganda Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Price Discount (X2) yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Collinearity Statistics		Tolerance	VIF
1	(Constant)	27,367	6,782	4,035	,000	
	Kualitas Pelayanan (X1)	,377	,100	,427	3,707	,990
	Price Discount (X2)	-,013	-,012	-,000	,990	1,000

Price Discount (X2)	-,013	-,012	-,000	,990	1,000
---------------------	-------	-------	-------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
Sumber: Data diolah SPSS 22.0

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

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

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda maka didapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

$$Y = 27,367 + 0,377X_1 - 0,013X_2 + e$$

Hal ini dapat dilihat pada keterangan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 27,367 menunjukkan bahwa jika variable Kualitas Pelayanan dan price discount sama dengan nol maka kepuasan pelanggan di Reddoorz Near Mikie Holiday tetap sebesar 27,376 satuan.
2. Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,377 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya setiap terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 persen maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,377 satuan.
3. Price Discount (X2) sebesar -0,013 menunjukkan bahwa variabel price discount berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya setiap terjadi peningkatan variabel price discount maka akan berpengaruh negatif terhadap penurunan kepuasan pelanggan.

2. Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas secara independent terhadap variable terikat. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada table 7 sebelumnya: Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel = pada n-3 (67- 3) adalah 64 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1,999. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas nilai koefisien untuk Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 3,757, thitung>tabel (3,757 >1,999) dan signifikan sebesar 0,000 artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Nilai yang diperoleh dari tabel di atas yaitu nilai koefisien untuk Price Discount yaitu sebesar - 0,108, thitung<tabel (- 0,108<1,999) dan signifikan sebesar 0,914 artinya Price Discount (X2) t berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Uji Simultan (f)

Uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel output SPSS dari uji f.

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (f)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	175,176	2	87,588	7,173	,002 ^b
Residual	781,451	64	12,210		
Total	956,627	66			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

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

Sumber: Data diolah SPSS 22.0

Berdasarkan uji f diatas diperoleh nilai pada df (n1) = k-1 (3-1) adalah 2 dan df (n2) = n-k (67-3) adalah 64 pada taraf signifikan 5% (0,05) maka nilai F tabel adalah 3,14. terlihat bahwa nilai fhitung > ftabel (7,173 > 3,14) dan nilai signifikan 0,002 < 0,05 artinya secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Price Discount (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variable bebas dalam menerangkan variable terikat maka dilakukan uji koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,428 ^a	,183	3,49430

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah SPSS 22.0

Dari tabel di atas diketahui koefisien determinasi (R square) sebesar 0,183, yang berarti 18,3% variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan dan Price Discount, sedangkan sisanya 81,7% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji

parsial dari variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai sebesar 3,757, thitung > ttabel (3,757 > 1,999) dan signifikan sebesar 0,000 artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh oleh Suryadharma dan Nurcahya (2015) pada Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi seperti yang dikemukakan oleh Bernik (2019), yakni : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. Karena itu maka bagi Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi harus betul-betul memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya, misalnya dengan menyediakan air bersih yang cukup, terciptanya lingkungan yang lebih bersih, taman yang lebih asri, serta menambah jumlah karyawan untuk melayani tamu.

Hasil uji t untuk variable potongan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi, hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Heryanto (2021) dengan judul: Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. Hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Untuk itu hendaknya Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi dapat mengubah cara lain dalam memberikan potongan harga kepada pelanggannya, agar pelanggannya merasa puas dalam menggunakan jasa mereka. Menurut Priansa (2017: 270) terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen yakni: harapan (Expectations), Kinerja (Performance),

Perbandingan (Camparison), Pengalaman (Experience), Konfirmasi (Comfirmation) dan dikonfirmasi (Disconfirmation). Hal ini harus diperhatikan oleh Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi, dengan Pihak manajemen dapat melakukan perbaikan seperti membuat sistem check-in dan check-out secara digital agar pelanggan merasa senang dan nyaman ketika berkunjung ke Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan: Secara Simultan Kualitas Pelayanan dan Price discount berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi, namun secara parsial hanya Kualitas Pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, namun Price discount berpengaruh negative dan tidak signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi

Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

1. Mengingat variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan maka Pihak Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya, seperti ketersediaan air bersih yang lebih baik, menyediakan cendra mata kepada pelanggan pada waktu tertentu. Selain itu diharapkan pihak manajemen untuk menciptakan lingkungan yang bersih, taman yang lebih asri serta menambah jumlah karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

2. Pihak Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi hendaknya membuat sistem check-in dan check-out secara digital agar pelanggan merasa senang dan nyaman ketika berkunjung ke Reddoorz Near Mikie Holiday Berastagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2015. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers. Jakarta. Arianto, Nurmin. 2018 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol.1 No.2 Tahun 2018. Hal. 83-100.
- Bernik, Merita. 2019 Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Gold'S GYM Bandung. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 12. No. 3, Desember 2019. Hal.220-238.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta. Hariyanto. 2021. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 6 No. 1 (2021) hlm. 1-14.
- Imam Ghozali. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat. Jakarta. 11 Priansa. Donni Juni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Alfabeta. Bandung.
- Rismawati. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Bamboo Family Massage and Reflexiologi Bandung. Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA) VOL. 1 NO. 2/ Agustus 2017, Hal.1-13.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suryadharma, I. Wayan Widya dan Nurcahaya I Ketut. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur'. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No. 4:930-942.
- SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT 86