



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN FASILITAS PENDUKUNG
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRIPTHA**

KUDUS

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

NOFI RABUANAWATI

2011-11-182

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIAKUDUS**

2015

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN FASILITAS PENDUKUNG
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRIPTHA
KUDUS**

Abstraksi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.



Dr.H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM.
NIDN. 0608066201

IWAN SUROSO, SE., MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah sabar dan sholat sebagai penolongmu.

Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu (yaitu) orang-orang yang menyakin, bahwa mereka akan menemui Tuhan-Nya, dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya.”

(Al Baqoroh 45-46)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku yang tercinta
2. Kakakku tercinta
3. Teman-teman dan Sahabat
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN FASILITAS PENDUKUNG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat :

1. Bapak Noor Aziz, SE., MM. selaku ketua Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Dr.Drs. H. Mochamad Edris, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Drs. H. Muhammad Masruri, MM., selaku dosen pembimbing I yang terhormat yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesainya penulisan skripsi ini.

4. Bapak Iwan Suroso, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang terhormat yang telah mendidik, memberi bimbingan dan arahan hingga terselesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
6. Pimpinan General Manajer Hotel Griphtha Kudus, yang telah berkenan memberikan ijin untuk penelitian ini.
7. Kepada Bapak Ibuku dan keluarga besarku tercinta yang telah memberikan doa restu dorongan moril dan material sehingga skripsi ini dapat selesai, serta Kakakku Herry Purwo Saputra terima kasih banyak atas nasehatnya.
8. Buat sahabat-sahabatku yang tercinta Rahma, Sri Will, Ulin, Yana, Sari, Titta, Hilda, Umi, Yuli, Lia, Tika, Lufi, Tarry, Siti, Vero, Hesti, Sugianto, Fahrur Gebyok, Eka ndut, Alfin, Kak Huda, Kak Aries, Kak Bowo, Mas eko, Mas Sahal, Kikok, Gus Ryan dan tidak lupa orang tercintaku Achmad Khoirul Umam terima kasih banyak atas dukungan, doa dan arahannya.
9. Teman-temanku dari kelas A sampai C manajemen dan buat teman-temanku dari fakultas lain makasih banyak atas dukungan dan doanya.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik untuk kemajuan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapapun..

Kudus, 2015



PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN FASILITAS PENDUKUNG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS

NOFI RABUANAWATI

2011-11-182

Pembimbing: 1. Drs. H. Muhammad Masruri, MM.

2. Iwan Suroso, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis dengan adanya promo-promo yang menarik maka konsumen sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Harga dan fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Permasalahan yang akan diteliti: Apakah harga, promosi, dan fasilitas pendukung berpengaruh secara parsial terhadap kepuasaan pelanggan pada Hotel Gripta Kudus? Apakah variabel harga, promosi, dan fasilitas pendukung berpengaruh secara silmultan terhadap kepuasaan pelanggan pada Hotel Gripta Kudus? Tujuan penelitian ini adalah: Untuk menguji variabel harga, promosi, dan fasilitas pendukung pada Hotel Gripta Kudus secara parsial. Untuk menguji

pengaruh variabel harga, promosi, dan fasilitas pendukung terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Griphtha Kudus secara simultan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang dan menginap pada Hotel Griphtha Kudus selama 3 bulan yaitu bulan April-Juni 2015 sebanyak 240 orang. Adapun teknik sampling menggunakan aksidental sampling dengan penentuan sampel dengan rumus slovin didapatkan sampel sebanyak 71 responden. Analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi berganda diuji secara parsial (uji t) dan simultan (uji F).

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tingkat signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} pada harga adalah 5,426. Pada derajat bebas ($df = N-k-1 = 71 - 3 - 1 = 67$, nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) adalah 1,667. Oleh karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan menunjukkan hasil tingkat signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} pada promosi adalah 6,388. Pada derajat bebas ($df = N-k-1 = 71 - 3 - 1 = 67$, nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) adalah 1,667. Adapun fasilitas pendukung juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tingkat signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} pada fasilitas pendukung adalah 5,315. Pada derajat bebas ($df = N-k-1 = 71 - 3 - 1 = 67$, nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) adalah 1,667. Adapun uji simultan didapatkan hasil bahwa variabel harga, fasilitas pendukung dan promosi terbukti secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Hotel Griphtha Kudus dengan nilai F_{reg} sebesar 23,977. Nilai tersebut kemudian dengan nilai F_{tabel} agar dapat menguji hipotesis yang diajukan. Nilai F_{tabel} dicari berdasarkan $df = N-m-1$ dengan hasil $71-3-1 = 67$ diperoleh hasil $F_{tabel} 5\% = 3,98$ $F_{tabel} 1\% = 7,02$. Dari perhitungan diperoleh F_{reg} lebih besar dari F_{tabel} taraf sig 5% maupun 1%.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara Harga, promosi, fasilitas pendukung terhadap kepuasan konsumen di

Hotel Griphtha Kudus dibuktikan dengan hasil penelitian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ berarti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai f_{hitung} sebesar 23,977 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 7,02. Dari hasil penelitian ini disarankan kepada Hotel Griphtha Kudus untuk memperbaiki beberapa indikator yang masih lemah diantaranya pada variabel promosi pada indikator kegiatan promosi yang menarik kiranya ditekankan pada promosi yang lebih sering adanya event-event.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Fasilitas Pendukung, Kepuasan Pelanggan



THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND SUPPORT FACILITIES FOR COSTOMER SATISFACTION IN THE GRIPTHA HOTEL KUDUS

NOFI RABUANAWATI

2011-11-182

Adviser : 1. Drs. H.Muhammad Masruri., MM.
2. Iwan Suroso, SE., MM.

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS MANAGEMENT STUDIES PROGRAM

ABSTRACT

This research is motivated that consumers in today are critical consumers with exciting promo then the consumers are very cautious in spending money. They consider many factors to choose a product or service, including hospitality services. Price and facilities into one of the considerations in determining consumer choice. At almost the same price level, The facilities provided by the hotel, the more satisfied customers and it will continue to choose the company as a selection of priority based on the perception that getting to the facilities available.

Issues that will be examined: Does the price, promotion, and support facilities partial effect on customer satisfaction in Kudus Griphtha Hotel? Whether variable pricing, promotion, and support fasilitass silmultan effect on customer satisfaction in Kudus Griphtha Hotel? The purpose of this study are: To test the variable price, promotion, and support facilities at the Hotel Kudus Griphtha partially. To test the effect of variable pricing, promotion, and support facilities for Customer Satisfaction in Kudus Griphtha Hotel simultaneously.

This study population are all consumers who come and stay at Hotel Kudus Griphtha for 3 months ie April-June 2015 as 240 people. The sampling technique uses accidental sampling to sampling by the formula slovin obtained a sample of 71 respondents. The analysis in this study using multiple regression tested partially (t test) and simultaneous (F test).

Results of analysis of this study showed that partially affect the price of customer satisfaction, the level of significance is $0.000 < 0.05$ and tcount the price is 5.426. At degrees of freedom (df) = $N - k - 1 = 71 - 3 - 1 = 67$, the value t_{table} the level of 95% (5% significance) is 1.667. Therefore t_{hitung} greater than t_{table} .

Promotion effect on customer satisfaction by showing the results of the level of significance is $0.000 < 0.05$ and tcount on promotion is 6.388. At degrees of freedom (df) = $N-k-1 = 71-3-1 = 67$, the value t_{table} the level of 95% (5% significance) is 1.667. The supporting facilities also influence the customer satisfaction level of significance is $0.000 < 0.05$ and tcount on support facilities is 5.315. At degrees of freedom (df) = $N-k-1 = 71-3-1 = 67$, the value t_{table} the level of 95% (5% significance) is 1.667. The simultaneous test showed that variable pricing, and promotional support facilities together proved positive and significant impact on customer satisfaction variables Hotel Griphtha Kudus Freg value of 23.977. This value is then the value of F_{table} in order to test the hypothesis. F_{table} value sought by $df = Nm-1$ with the results obtained results $71-3-1 = 67$ $F_{table} 5\% = 3.98$ $F_{table} 1\% = 7.02$. From the calculation, Freg greater than 5% F_{table} sig level and 1%.

The conclusion from this study is that there is influence jointly between price, promotion, support facilities for customer satisfaction at Kudus Griphtha evidenced by the results of research with significant value $0.000 < 0.05$ means it has a positive and significant influence to the value of 23.977 F_{hitung} greater than F_{table} at 7.02. From these results it is suggested to Hotel Kudus Griphtha to improve some indicators are still weak among the variables in the promotion of attractive promotional activity indicator would be emphasized on the promotion of a more frequent presence of events.

Kata Kunci: Price, Promotion, Facilities, Costomer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori dan Definisi Hotel	7
2.1.1 Pengertian Harga	8
2.1.2 Pengertian Promosi	13
2.1.3 Fasilitas Pendukung.....	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24

2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Variabel Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.5 Pengumpulan Data	36
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.7 Pengolahan Data.....	38
3.8 Analisis data	39
3.8.1 Analisis Kualitatif	39
3.8.2 Analisis Kuantitatif	40
3.8.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.8.2.2 Pengujian Hipotesis	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum	46
4.1.1 Sejarah Berdirinya Griphtha Hotel & Cafe Kudus.....	46
4.1.2 Struktur Organisasi.....	48
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab	48
4.2 Uji Instrumen	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	54

4.3 Deskripsi Responden.....	57
4.4 Deskripsi Variabel.....	60
4.5 Analisis Koefisiensi Korelasi	65
4.5.1 Analisis Parsial	66
4.6 Koefisiensi Regresi Berganda	69
4.7 Uji Hipotesis.....	71
4.7.1 Uji Parsial	71
4.7.2 Uji Simultan.....	73
4.8 Uji Adjusted R Square.....	75
4.9 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Halaman	
24	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
40	Tabel 3.1. Data Skala Likert
50	Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Harga (X_1).....
50	Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Promosi (X_2)
52	Tabel 4.3. Hasil uji validitas instrument variabel fasilitas pendukung (X_2).....
53	Tabel 4.4 Hasil uji validitas instrument variabel kepuasan pelanggan (Y).....
55	Tabel 4.5. Hasil uji reliabilitas instrument variable harga (X_1)
55	Tabel 4.6. Hasil uji reliabilitas instrument variable promosi (X_2)
56	Tabel 4.7. Hasil uji reliabilitas instrument variable fasilitas pendukung (X_3)
56	Tabel 4.8. Hasil uji reliabilitas instrument variable kepuasan pelanggan (Y).....
58	Tabel 4.9. Jenis Kelamin.....
59	Tabel 4.10. Usia
60	Tabel 4.11. Pekerjaan
61	Tabel 4.12. Deskripsi Variabel Harga.....
62	Tabel 4.13 Deskripsi variabel pormosi
63	Tabel 4.14 Deskripsi variabel fasilitas pendukung
64	Tabel 4.15 Deskripsi Variabel kepuasan pelanggan

Tabel 4.16 Koefisiensi Korelasi	65
Tabel 4.17 Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan.....	67
Tabel 4.18 Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan	68
Tabel 4.19 pengaruh fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan	69
Tabel 4.20 Koefisiensi Regresi Berganda.....	70
Tabel 4.21 uji hipotesis variabel harga terhadap kepuasan pelanggan	71
Tabel 4.22 uji hipotesis promosi terhadap kepuasan pelanggan	72
Tabel 4.23 uji hipotesis variabel fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan	73
Tabel 4.24 uji simultan.....	74
Tabel 4.25 uji adjusted R square	75

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	2
--	---



