

## ABSTRAK

Rini Sri Delima (2009), dengan judul skripsi : "Pengaruh Strategi Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Jasa Hotel. Dibawah bimbingan Bapak Amrin Mulia Utama, SE., MMA., sebagai Pembimbing I dan Ibu Dra. Isnaniah Laili KS., MMA., sebagai Pembimbing II.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh strategi pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen secara serentak (*simultan*) dan variabel yang mana dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pemakai jasa hotel.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan besarnya pengaruh strategi pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pemakai jasa hotel.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuisioner yang diikuti dengan wawancara. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan metode regresi linear berganda (*multiple linear regression*) dengan pengujian hipotesis uji  $t$  dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *R Square* 0,58 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 58%. Kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh adanya strategi pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya ( $100 - 58 = 42\%$ ) dijelaskan oleh pengaruh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Analisis of variance mengindikasikan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 11,91 sedangkan  $F_{tabel}$  5,06 atau ( $11,91 > 5,06$ ) dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena jauh dibawah 0,05 probabilitasnya maka strategi pelayanan dan harga berpengaruh serentak (*simultan*) secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa hotel.

Secara parsial strategi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 5,77 dan  $T_{tabel}$  sebesar 2,000. Dengan demikian  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa secara parsial  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya ada pengaruh antara strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6,13 dan  $T_{tabel}$  sebesar 2,000. Dengan demikian  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa secara parsial  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : strategi pelayanan, harga dan kepuasan konsumen