



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 556-570

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar

Muhammad A. Rubi Ma'bud^{1✉}, Masdar Mas'ud², Nurpadila³

Universitas Muslim Indonesia

Email: Alifrubid99@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan saat ini pada pelanggan Wisma Jampea. Adapun untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) harga (X2), lokasi (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk sampel dalam penelitian ini sebanyak 53 responden. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah 53 Pengunjung. Untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Sedangkan untuk metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni uji validitas data, uji reliabilitas data, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji pengaruh simultan (uji F), uji pengaruh parsial (t) dan uji determinasi simultan R². Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar (2) harga mempunyai pengaruh tidak positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar (3) lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar.

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

Abstract

The Impact of Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction at Wisma Jampea Makassar Lodging. This research rigorously aimed to investigate the current customer satisfaction at Wisma Jampea customers. The variables used consisted of service quality (X1), price (X2), location (X3), and Customer Satisfaction (Y). Further, this study included 53 respondents as samples and conducted quantitative research using primary data. Thus, this research collected the data from questionnaires. The population of this study involved 53 Visitors then performed survey method as sampling techniques. Afterwards, this research applied analytical methods including validity tests, data reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroskedasticity tests, multiple linear regression analysis, simultaneous influence tests (F tests), partial influence tests (t) and R² simultaneous determination tests. Therefore, the results showed that: (1) Service Quality indicated a positive influence on Customer Satisfaction at Wisma Jampea Makassar Lodging; (2) price reported a non-positive effect on Customer Satisfaction at Wisma Jampea Makassar Lodging; (3) location found a positive impact on Customer Satisfaction at Wisma Jampea Makassar Lodging.

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

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami perubahan yang meningkat. Hal ini terlihat dari berubahnya tingkat kesejahteraan masyarakat yang cenderung meningkat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat muncullah berbagai macam kebutuhan yang ingin di penuhi oleh masyarakat sehingga hal ini tentu saja membuka kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya. Perubahan tersebut tidak hanya pada segi kuantitasnya saja melainkan dari segi kualitas juga. Meningkatnya kebutuhan masyarakat berarti juga meningkatnya persaingan di antara perusahaan perusahaan yang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat tersebut.

Penginapan, Saat ini kita dapat melihat banyaknya pembangunan wisma di Kota Makassar, hal ini tidak terlepas karena permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan akan jasa penginapan yang nyaman dan representatif khususnya bagi pendatang yang ingin berkunjung ke Kota Makassar. Mungkin fungsi wisma bagi kebanyakan orang dianggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat yang mengharuskan mereka pergi dari satu kota ke kota yang lain untuk berbisnis hal ini tentu saja menjadi penting, karena mereka membutuhkan tempat istirahat yang nyaman. Tempat penginapan tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat, tapi juga dapat berfungsi sebagai tempat rapat, pertemuan-pertemuan maupun acara-acara lainnya

Kota Makassar yang merupakan kota wisata yang tak lepas dari kunjungan wisatawan dalam rangka liburan ataupun bisnis yang menyediakan banyak fasilitas penginapan atau akomodasi. Kunjungan wisatawan di kota Makassar tiap tahunnya terus meningkat hal ini dikarenakan adanya hari-hari besar, libur nasional, ataupun acara-acara yang sering dilakukan di sekitaran wisata Pantai Losari, Benteng Rotterdam, dan Akkarena pada tiap tahunnya.

Banyaknya jumlah penginapan yang berdiri di kota Makassar mendorong setiap hotel untuk saling bersaing dalam menarik wisatawan untuk menginap di hotel yang telah tersedia. Salah satu upaya dalam menarik wisatawan adalah selalu mementingkan kepuasan tamu dengan menjaga kualitas pelayanan yang terdapat di hotel maupun penginapan seperti Wisma. Karena kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan satu kunci sukses dari setiap produk dan layanannya. Kualitas ini diberikan kepada pelanggan/tamu untuk memenuhi ekspektasi pelanggan/tamu dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga.

Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena para konsumen beralih ke jasa penginapan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik. Dengan adanya kualitas pelayanan, lokasi yang strategis dan harga yang terjangkau didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang di terimanya, konsumen akan membandingkan tempat penginapan yang lain. Apabila konsumen merasa benar-benar puas mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi pada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan, lokasi yang strategis dan harga yang terjangkau merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Pemasaran jasa merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dengan menawarkan jasa guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya untuk berkembang. Lupiyoadi (2006:5) mendefinisikan pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Yazid (2008:13), "pemasaran jasa merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan deskriptif (descriptive research) dan pendekatan eksplanatori (eksplanatori research). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, karena peneliti berusaha untuk menjelaskan hasil penelitian dengan menggunakan tabel, gambar dan grafik mengenai data yang telah diolah. Sedangkan pendekatan eksplanatori menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Penelitian ini nantinya akan menjelaskan mengenai adanya hubungan tersebut saling mempengaruhi. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, yakni suatu metode penelitian menggunakan perspektif pendekatan kuantitatif dengan tipe eksplanatori yang akan digunakan untuk menjelaskan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Wisma Jampea Makassar.

Jenis dan Sumber Data

- 1) Data Kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka dan dapat dihitung, antara lain data jumlah pegawai, serta data lainnya yang menunjang pembahasan.
- 2) Data Kualitatif, yaitu data yang tidak berbentuk angka-angka, melainkan hanya berupa informasi baik berupa lisan maupun tulisan sebagai pendukung dalam penulisan.

Sumber Data

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh melalui hasil penelitian langsung terhadap objek yang diteliti. Data tersebut diperoleh melalui metode wawancara, hasil kuesioner dan responden pada pelanggan Wisma Jampea Makassar
- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain dari dokumentasi/tulisan (buku-buku, laporan-laporan, karya ilmiah dan hasil penelitian) dan dari informasi pihak-pihak yang berkaitan dengan kajian yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka melakukan analisis terhadap pembuktian jawaban sementara atau hipotesis dari permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan 4 teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

- 1) Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

- 2) Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan jawaban dari para responden melalui pertanyaan secara terstruktur yang diajukan dalam bentuk tertulis.

Populasi dan Sampel

- 1) Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif ataupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.
- 2) Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sampel dari penelitian ini adalah 53 orang pelanggan Wisma Jampea Makassar

Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dan diolah, proses selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis atau jawaban sementara dengan menggunakan metode analisis sebagai berikut :

- 1) Analisis Deskriptif, yaitu suatu analisis yang dilakukan untuk memberi gambaran mengenai jawaban responden atas pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Wisma Jampea
- 2) Analisis kuantitatif, Untuk menguji hasil olah data mengenai responden atas pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Wisma Jampea
- 3) Analisis Regresi Linier Berganda, yaitu suatu analisis untuk melihat sejauh mana variabel independen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Wisma Jampea Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

1) Jawaban Responden Mengenai kualitas pelayanan (X1)

Item	Skor Jawaban Responden										Jumlah
	1 (STS)		2 (TS)		3 (CS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	0	0	5	9,4	37	69,8	11	20,8	4,11
X1.2	0	0	0	0	5	9,4	38	71,7	10	18,9	4,09
X1.3	0	0	0	0	10	18,9	30	56,6	13	24,5	4,06
X1.4	0	0	0	0	4	7,5	37	69,8	12	22,6	4,15
X1.5	0	0	0	0	9	17	33	62,3	11	20,8	4,04

2) Jawaban Responden Mengenai harga (X2)

Item	Skor Jawaban Responden										Jumlah
	1 (STS)		2 (TS)		3 (CS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0	0	0	1	1,9	39	73,6	13	24,5	4,23
X2.2	0	0	0	0	6	11,3	33	62,3	14	26,4	4,15
X2.3	0	0	0	0	8	15,1	35	66	10	18,9	4,04
X2.4	0	0	0	0	3	5,7	36	67,9	14	26,4	4,21
X2.5	0	0	0	0	9	17	32	60,4	12	22,6	4,06

3) Jawaban Responden Mengenai Lokasi (X3)

Item	Skor Jawaban Responden										Jumlah
	1 (STS)		2 (TS)		3 (CS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0	0	0	1	1,9	5	9,4	47	88,7	4,87
X3.2	0	0	0	0	2	3,8	7	13,2	44	83	4,79
X3.3	0	0	0	0	4	7,5	16	30,2	33	62,3	4,55
X3.4	0	0	0	0	1	1,9	12	22,6	40	75,5	4,74
X3.5	0	0	0	0	2	3,8	12	22,6	39	73,6	4,70

4) Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

Item	Skor Jawaban Responden										Jumlah
	1 (STS)		2 (TS)		3 (CS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Mean
Y.1	0	0	0	0	8	15,1	29	54,7	16	30,2	4,15
Y.2	0	0	0	0	3	5,7	32	60,4	18	34	4,28
Y.3	0	0	0	0	5	9,4	36	67,9	12	22,6	4,13
Y.4	0	0	0	0	5	9,4	33	62,3	15	28,3	4,19
Y.5	0	0	0	0	4	7,5	37	69,8	12	22,6	4,15

Analisis Instrumen Uji Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlations) dengan nilai r tabel jika r hitung > dari r tabel (pada taraf signifikan 5%)

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	<i>r-table</i>	Ket.
X1	X1.1	0,460	> 0,273	Valid
	X1.2	0,664	> 0,273	Valid
	X1.3	0,690	> 0,273	Valid
	X1.4	0,671	> 0,273	Valid
	X1.5	0,608	> 0,273	Valid
X2	X2.1	0,734	> 0,273	Valid
	X2.2	0,679	> 0,273	Valid
	X2.3	0,763	> 0,273	Valid
	X2.4	0,729	> 0,273	Valid
	X2.5	0,589	> 0,273	Valid
X3	X3.1	0,354	> 0,273	Valid
	X3.2	0,517	> 0,273	Valid
	X3.3	0,827	> 0,273	Valid
	X3.4	0,624	> 0,273	Valid
	X3.5	0,659	> 0,273	Valid
	Y.1	0,740	> 0,273	Valid

Y	Y.2	0,791	> 0,273	Valid
	Y.3	0,607	> 0,273	Valid
	Y.4	0,769	> 0,273	Valid
	Y.5	0,564	> 0,273	Valid

Berdasarkan tabel diatas yakni pengujian validitas atas variabel independent (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) Dari tabel uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai dari r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel (n-k) yang mana (53-3=50) pada r tabel diperoleh nilai r tabel sebesar 0,273. berarti untuk uji kualitas data yang ditunjukkan dari uji validitas bahwa rata-rata semua variabel adalah valid

2) Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.826	21

Berdasarkan Tabel diatas yakni hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu 0,82 >0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari koesioner dalam penelitian ini adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

3) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-2.207	4.286		-.515
1 Kualitas Pelayanan	.577	.150	.509	3.839
Harga	.194	.137	.187	1.416
Lokasi	.309	.137	.241	2.259

Tabel diatas menunjukkan hasil olah data regresi antara kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan Kepuasan pelanggan (Y). hasil persamaan regresi linear berganda dari model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -2,207 + 0,577X_1 + 0,194X_2 + 0,309X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Konstanta (α)

Konstanta sebesar -2,207 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel bebas maka akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar -2,207

2) Kualitas Pelayanan

Koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.577, hal ini berarti bahwa apabila kualitas pelayanan semakin baik ditingkatkan sebesar 1 unit atau satuan, maka akan meningkatkan kualitas pelayanan untuk pelanggan Wisma Jampea sebesar 57,7 dengan asumsi variabel X2 dan X3 bernilai konstan

3) Harga

Koefisien variabel harga (X2) sebesar 0.194, hal ini berarti bahwa apabila harga semakin terjangkau ditingkatkan sebesar 1 unit atau satuan, maka akan meningkatkan harga yang sangat terjangkau untuk pelanggan Wisma Jampea Sebesar 19,4 dengan asumsi variabel X1 dan X3 bernilai Konstan

4) Lokasi

Koefisien variabel lokasi (X3) sebesar 0.309, hal ini berarti bahwa apabila lokasi yang strategis Wisma Jampea, maka akan meningkatkan banyak pengunjung yang akan menginap sebesar 30,9 dengan asumsi variabel variabel X1 dan X2 bernilai konstan
 Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi (X3) adalah sebesar 0,309 Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini menunjukkan bahwa ketika lokasi (X3) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,309

Pengujian Hipotesis

1) Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	96.143	3	32.048	13.265	.000 ^b
	Residual	118.386	49	2.416		
	Total	214.528	52			

Dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 53-3-1=49$ maka f tabel didapat=3,19 . Berdasarkan uji anova atau uji F dari output SPSS, terlihat bahwa

diperoleh f hitung sebesar 13,265 > 3,19 nilai f tabel dan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05. Secara lebih tepat, nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel dimana jika F hitung > F tabel maka secara simultan variabel-variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen

2) Uji T

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-2.207	4.286			-.515	.609
1 Kualitas Pelayanan	.577	.150	.509		3.839	.000
Harga	.194	.137	.187		1.416	.163
Lokasi	.309	.137	.241		2.259	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berikut akan dijelaskan secara parsial kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) terhadap Kepuasan pelanggan (Y):

- 1) Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai t-hitung kualitas pelayanan [(X1) sebesar 3,839 yang menunjukkan bahwa arah koefisien positif, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 menyebabkan H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai t-hitung harga (X2) sebesar 1,416 yang menunjukkan bahwa arah koefisien positif, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,163 lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 menyebabkan H0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X2) tidak berpengaruh positif kepuasan pelanggan (Y).
- 3) Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai t-hitung lokasi (X3) sebesar 2,259 yang menunjukkan bahwa arah koefisien positif, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,028 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 menyebabkan H0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan (Y).
- 4) Berdasarkan tabel diatas untuk t hitung kualitas pelayanan sebesar 3,839 dan untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n=responden, k=variabel) sebesar . Dengan begitu

berdasarkan nilai t hitung sebesar $3,839 > 1,676$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

- 5) Berdasarkan tabel 14 untuk t hitung harga sebesar 1,416 dan untuk nilai t tabel dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k =variabel) sebesar . Dengan begitu berdasarkan nilai t hitung sebesar $1,416 < 1,676$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,163 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima, dengan demikian harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 6) Berdasarkan tabel diatas untuk t hitung lokasi sebesar 2,259 dan untuk nilai t tabel dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k =variabel) sebesar . Dengan begitu berdasarkan nilai t hitung sebesar $2,259 > 1,676$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,028 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.448	.414	1.55436

Tabel diatas menunjukkan nilai R Square dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,448. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada penginapan Wisma Jampea Makassar 44,8%, sedangkan sisanya sebesar 55,2 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti. Dari hasil R Square memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang besar dalam bentuk capaian kepuasan pelanggan pada penginapan Wisma Jampea Makassar.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil Dan Pembahasan Model analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada penginapan Wisma Jampe Makassar, Berdasarkan hasil olah data, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian berarti bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggan Wisma Jampea Makassar memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Wisma Jampea Makassar

Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting bagi perusahaan khususnya perusahaan dibidang jasa kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang besar dari manajer karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan yang diperoleh. Menurut Lupiyoadi (2014:63), "kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya." sedangkan menurut Tjiptono (2014:268), "kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t-hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 3,839 untuk nilai t tabel dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k =variabel) sebesar 1,676. Dengan begitu untuk nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar 1,416 dan untuk nilai t tabel 1,676. Dengan demikian dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k =variabel) dengan begitu berdasarkan nilai t hitung sebesar $2,041 > 1,676$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,163 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima, dengan demikian harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.hal ini disebabkan karena harga yang tertera pada aplikasi travel yang sangat murah sedangkan harga yang tercantum di Wisma Jampea Makassar sangat jauh berbeda.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian berarti bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar 2,259 dan untuk nilai t tabel 1,676. Dengan demikian dari hasil $n-k-1$ (n =responden, k =variabel) dengan begitu berdasarkan nilai t hitung sebesar $2,259 > 1,676$ dan untuk nilai probabilitas sebesar $0,028 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. dengan demikian lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Jampea Makassar.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar (2) harga mempunyai pengaruh tidak positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar (3) lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penginapan Wisma Jampea Makassar..

DAFTAR PUSTAKA

Atep Adya Barata. 2003. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta

(Anggraini & Budiarti, 2020) Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354/32314>

(Basalamah, 2020) Basalamah, S. A. (2020). Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. *Jurnal Ekonomika*, 4(1), 73–81. [https://repository.umi.ac.id/2511/1/425-Article Text-1517-1-10-20200721.pdf](https://repository.umi.ac.id/2511/1/425-Article%20Text-1517-1-10-20200721.pdf)

(Dewi & Azis, 2018) Dewi, R., & Azis, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 3(2), 186–199. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/artice/view/2163>

Empat. Lupiyoadi R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori). Jakarta: PT. Salemba

Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. CV Andi. Yogyakarta

Hanif, M. H. (2010). Factor affecting customer satisfaction. *International Research journal*

- of Finance and Economics, 60(1), 44-52.
- Harfika, J., dan Abdullah, N. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, XIV(1), 44–56.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Medpress
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit CV Alfabeta.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba
- (Purba & Alfian, 2019)Purba, R. R., & Alfian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Bumi Malaya Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(2), 405–412. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM/article/view/1067/918>
- (Rohandi et al., 2023)Rohandi, R., Amang, B., & Nurpadila, N. (2023). Pengaruh Pemasaran Online, Harga, Pelayan dan Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 450–460. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4361>
- Sangadji, Mamang, Etta, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis, disertai, himpunan, jurnal, penelitian*. Yogyakarta: Andi, cv.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (Suwanti et al., 2021)Suwanti, R., Basalamah, S., & Kamase, J. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memiliki Tabungan Britama Pada Kantor Cabang Pembantu Bank Rakyat Indonesia Slamet Riyadi Makassar. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 145–158. <https://www.pasca-umi.ac.id/index.php/jms/article/view/378/437>
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Tjiptono, F., & Chandra G. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta

- (Putri et al., 2021) Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1).
<https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/206/196>
- (Widyarto et al., 2013) Widyarto, D., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Study Pada Hotel Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 117–124.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/1626/1620>
- Wulandary et al., 2023) Wulandary, E., Mas'ud, M., & Ashoer, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Era Digitalisasi Media Pemasaran Online E-Commerce dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan. *Center of Economic Students Journal (CSEJ)*, 6(1), 44–59.
<https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CSEJ/article/view/568/379>
- Yazid, 2003, Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi, Yogyakarta: Ekonisia.