

Pengaruh Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Angkasa Garden Pekanbaru

Oleh :

Marlinda Saputri¹, Diana Sri Dewi²

¹Universitas Persada Bunda Indonesia,

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau

Email: marlinda.saputrii@gmail.com, dewisri.diana.84@gmail.com

Abstract : *The population in this study were consumers who had stayed at the Angkasa Garden Hotel Pekanbaru. Then the technique used is simple random sampling technique, namely taking sample members from the population randomly without regard to strata in the population. The number of samples taken in this study were 100 consumers. The population in this study were consumers who had stayed at the Angkasa Garden Hotel Pekanbaru. Then the technique used is simple random sampling technique, namely taking sample members from the population randomly without regard to strata in the population. The number of samples taken in this study were 100 consumers. Based on the hypothesis and analysis of the results of the study, it can be concluded that F arithmetic F table is 164.457 3.09 with sig 0.000 0.05. This indicates that capital regression can be used to simultaneously test the effect of independent variables on the dependent variable, namely facilities and price perceptions simultaneous effect on consumer satisfaction. The results of this study state that the sig value for the influence of X1 on Y is 0.000 0.05 and the t value is 5.376 1.98472 so it can be concluded that H1 is accepted, which means that facilities have a significant influence in determining the level of customer satisfaction. The results of this study state that the sig value for the effect of X2 on Y is 0.000 0.05 and the t value is 4.850 1.98472, so it can be concluded that H2 is accepted which means that there is an influence of X2 on Y.*

Keywords: *Facilities, Perceived Price and Consumer Satisfaction*

A. Pendahuluan

Usaha perhotelan merupakan salah satu bagian dalam dunia bisnis yang sangat berperan penting, terutama dalam sektor pariwisata. Hotel bergerak didalam bidang jasa yang menyediakan kamar secara komersial maupun fasilitas yang lainnya yang dapat menarik perhatian konsumen. Hotel saat ini ditata sedemikian rupa agar menarik fasilitas yang lengkap beserta pelayanan yang prima. Seiring perkembangan zaman, bisnis perhotelan terus mengalami peningkatan dari berbagai segi fasilitas. Dalam bisnis perhotelan ada banyak produk yang ditawarkan kepada konsumen. Produk hotel tersebut dibagi dalam beberapa bentuk seperti kamar, makanan dan minuman, restoran dan fasilitas lainnya. Kota Pekanbaru ini banyak sekali hotel ataupun

penginapan yang berkelas dan berfasilitas mulai dari wisma hingga hotel berbintang lima.

Hotel Angkasa Garden Pekanbaru merupakan salah satu hotel bintang tiga yang terdapat di Kota Pekanbaru. Hotel ini menawarkan harga dan juga dilengkapi dengan fasilitas yang cukup memadai baik itu dari parkir, taman, sarapan pagi yang gratis, sakura *swimming pool*, *Ballroom* dan *Metting Room* yang nyaman untuk acara keluarga maupun perkantoran

Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan atas apa yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat. Penting bagi hotel Angkasa Garden untuk memperhatikan kepuasan konsumennya. Tidak semua konsumen akan merasa puas Menurut Kotler

dan Keller (2021)., harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, elemen lain dan menghasilkan biaya.

Menurut Amilia dan Asmara dalam warsito (2022:25) persepsi harga dapat di masukan dalam empat indikator:

1. Keterjangkauan harga
Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Untuk produk tersebut tentunya, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen membeli suatu produk jika manfaat yang di rasakan lebih besar atau sama dengan yang telah di keluarkan untuk mendapatkannya.
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Ketika menggunakan jasa hotel Angkasa Garden. Berdasarkan survey ini menunjukkan hotel belum pernah mencapai target. Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan oleh 17 orang konsumen diketahui bahwa ada konsumen yang merasa tidak sesuai dengan harapannya terhadap fasilitas maupun persepsi harga yang diberikan hal ini terlihat dari hasil pra survey tentang kepuasan konsumen, bisa dilihat bahwa masih ada konsumen yang tidak menerima kepuasan Karena masih terdapatnya fasilitas yang tidak bagus/rusak contohnya air panas yang tidak berfungsi/panasnya lama, AC yang kurang dingin, air keran yang menguning karena sudah lama tidak dipakai sehingga berbau karat, kolam renang yang ada daun (dibersihkan jika ada pengunjung yang mau berenang).

Dengan adanya permasalahan tersebut konsumen tidak akan merekomendasikan kepada orang lain dan bagi konsumen itu sendiri akan kurang minat nya akan

berkunjung kembali bahkan tidak berkunjung lagi. Kepuasan yang di terima oleh konsumen dari pihak hotel dapat menunjang penjualan kamar agar dapat meningkat dan dapat dibandingkan dengan produk atau jasa dari para pesaing.

Fasilitas merupakan perlengkapan yang memerikan kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitasnya. Pihak hotel harus memperhatikan fasilitas yang diberikan agar konsumen tertarik dan nyaman berada di dalam hotel. Fasilitas yang diberikan hotel kepada konsumen harus melebihi harapan mereka agar konsumen merasa puas.

Selain fasilitas, pihak hotel juga harus memperhatikan harga yang diberikan kepada konsumen. Bagi konsumen harga merupakan nilai dan berperan penting dalam memberikan rasa puas dan nyaman pada saat konsumen menggunakan jasa tersebut. Pada tabel ini menggambarkan harga mempengaruhi konsumen untuk memilih kamar sesuai dengan kemampuannya.

Dengan adanya Fasilitas beserta Harga yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang di terimanya mereka akan membandingkan pelayanan yang akan di berikan dan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk datang ketempat yang sama. Banyak faktor yang perlu di perhatikan untuk memberi kepuasan kepada konsumen salah satunya fasilitas dan harga penginapan Hotel Angkasa Garden Kota Pekanbaru itu sendiri yang dapat di berikan kepada perusahaan sehingga konsumen memperoleh kepuasan.

KEPUASAN KONSUMEN.

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang Kotker dan Keller dalam Priansa, (2017:196). *Oliver et al.*

(1980) dalam Hartini, (2021:75) memandang tingkat kepuasan konsumen timbul karena adanya suatu transaksi khusus produsen dengan konsumen yang merupakan kondisi psikologis yang di hasilkan ketika faktor emosi mendorong harapan dan disesuaikan dengan pengalaman mengkonsumsi sebelumnya. Umar, (2022) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang konsumen akan puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

1. Produk
Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan yang menciptakan kepuasan konsumen seperti jenis produk, mutu kualitas produk dan persediaan produk.
2. Harga
Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.
3. Promosi
promosi yang mengenai informasi produk jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran, meliputi iklan produk, jasa dan diskon
4. Lokasi
Tempat merupakan bagian dari perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen penilaian nya meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.
5. Pelayanan
Pelayanan yang diberikan pelayan dalam sebuah perusahaan atau usaha jika memenuhi kebutuhan akan memuaskan konsumen
6. Fasilitas
Fasilitas merupakan bagian perusahaan yang bertujuan untuk mendukung

kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Contohnya seperti penataan barang, kamar kecil dan tempat ibadah

7. Suasana
Suasana merupakan faktor pendukung apabila suatu perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Contohnya seperti sirkulasi udara dan keamanan.

Menurut Kotler dalam Rosnaini (2017:81), indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

1. *Re-purchase*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. *Menciptakan Word-of-Mouth*: dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. *Menciptakan citra merek*: pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. *Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama*: membeli produk lain dari perusahaan yang sama

Indikator dalam kepuasan konsumen menurut Hawkins dalam Hartini (2020:167) yaitu:

1. Kesesuaian harapan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - 1) Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan
 - 2) Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh atau melebihi dengan yang di harapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan
2. Minat berkunjung kembali
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, aspek tersebut meliputi
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan memuaskan

- 2) Berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setela mengkonsumsi produk.
- 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang
3. Kesiediaan merekomendasikan
 - Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga. Aspek tersebut meliputi:
 - 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang di sediakan memadai.
4. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena nilai atau manfaat yang di dapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.

FASILITAS.

Menurut Efratani, (2019:117) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau kegiatan dapat berupa benda- benda, maupun uang atau dengan kata lain fasilitas dapat disamakan dengan sarana dana prasarana.

Menurut Abdul dkk, (2021:105) Indikator-indikator fasilitas fisik diklasifikasikan menjadi enam variabel, yaitu:

1. *Colour* (warna dinding, warna peralatan yang di gunakan)
2. *Layout* (tatanan tumbuhan, serat dinding)
3. *Lighting* (penerangan baik dalam ruangan maupun dari luar ruangan)
4. *Facilitating goods* (kamar kecil tempat sampah, dan perlengkapan lainnya)
5. *Furnishing* (jumlah tempat duduk dan meja)
6. *Atmosfer* (suasana yang di tampilkan dapat melalui hiasan atau pun musik yang ada).

Menurut Mudie dan Pirre dalam Tjiptono (2014:161) indikator fasilitas ada lima, yaitu :

1. Pertimbangan/ perencanaan spasial
Aspek – aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain – lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan di kembangkan untuk memancing respon intelektual dan emosional dari pemakaian atau orang yang melihatnya
2. Perencanaan ruangan
Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruanganm desain aliran sirkulasi, dan lain lain
3. Perlengkapan/perabotan
Perlengkapan / perabotan berfungsi sebagai sarana memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atai sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna barang para pelanggan.
4. Tata cahaya
Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari, warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, presepsi penyedia jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan, dan suasana yang di inginkan (tenang,damai, segar, riang gembira dan lain - lain)
5. Warna
Warna yang dapat menstimulasi perasaan dan emosi spesifik seperti warna setiap negara memiliki histori tersendiri, warna di gunakan untuk interior fasilitas jasa perlu di selaraskan dengan ruangan yang bersangkutan.

HARGA.

Menurut Peter dan Olson dalam Tonce (2022:18) mendefinisikan “Persepsi harga berkenaan bagaimana informasi tersebut sepenuhnya di pahami oleh harga pelanggan dan memberikan arti mendalam bagi konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Krisna (2021:15)., harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, elemen lain dan menghasilkan biaya

Menurut Amilia dan Asmara dalam warsito (2022:25) presepsi harga dapat di

masuk dalam empat indikator:

1. Keterjangkauan harga
Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Untuk produk tersebut tentunya, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen membeli suatu produk jika manfaat yang di rasakan lebih besar atau sama dengan yang telah di keluarkan untuk mendapatkannya.
5. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

METODE

Penelitian dilakukan pada Hotel Angkasa Garden Pekanbaru di Jl. Dr Setia Budi No. 107. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan dari bulan Oktober 2023 sampai dengan Maret 2024.

Menurut Sugiyono dalam Mukhtazar, (2020:67) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah menginap di Hotel Angkasa Garden Pekanbaru.

Menurut Sugiyono dalam Yulianto dkk, (2018:60) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 konsumen, penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2015:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

HASIL PEELITIAN

Hasil Uji Validitas

Sebagai alat ukur untuk menilai valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Pada dasarnya uji validitas digunakan dengan maksud untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, kuesioner penelitian akan di katakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu mnegungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Adapun yang menjadi dasar keputusan dari pada hasil uji validitas adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung dan r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka hipotesis suatu penelitian tidak dapat ditolak atau dinyatakan valid.

Berdasarkan jumlah responden yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden, maka selanjutnya dapat diketahui nilai dari pada r tabel untuk penelitian ini, yaitu dengan menggunakan rumusan statistik sebagai berikut ini : $Df = (N - 2) : (100 - 2) = 98$ (0,1966).

Hasil Uji Reabilitas

Berdasarkan data hasil Uji Reabilitas sebagaimana yang terlampir pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh dari setiap variabel, diantaranya yaitu : nilai Cronbach's Alpha (α) dari variabel Fasilitas (X1) sebesar $0,956 > 0,70$ nilai Cronbach's Alpha (α) dari variabel Persepsi Harga (X2) sebesar $0,929 > 0,70$ nilai Cronbach's Alpha (α) dari variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar $0,896 > 0,70$ nilai Cronbach's Alpha (α) . Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini *realiabel* dan menunjukkan bahwa jawaban dari responden penelitian ini sudah *reliable* serta mampu untuk mengukur variabel penelitian.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas data penelitian sebagaimana yang terlampir diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi data penelitian ini adalah $0,927 > 0,05$. sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat di tarik pernyataan bahwa nilai residual dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Hasil Uji Multikoleniaritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas data penelitian sebagaimana yang terlampir pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel Fasilitas (X1) adalah Sebesar $0,293 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $3,416 < 10$, Artinya nilai *tolerance* seluruh vairbael penelititan lebih 0.1 dan nilai VIF kurang 10. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat di tarik pernyataan bahwa tidak

terdapat multikolinieritas terhadap variabel bebas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel fasilitas (X1) adalah 0,787 dan variabel persepsi harga (X2) 0,813 kedua variabel independent lebih besar dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.493	1.388		3.238	0.002
X1	0.256	0.048	0.481	5.376	0
X2	0.299	0.062	0.434	4.85	0

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi liner berganda diatas, maka selanjutnya dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

Adapun model persamaan regresi liiar berganda adalah

$$Y = 4,493 + 0.256 X1 + 0.299 X2$$

- a) a = angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Maka diketahui bahwa nilai konstanta dalam penelitian adalah sebesar 4,493. Artinya jika tidak ada variabel Fasilitas (X1) Persepsi Harga (X2) maka nilai konsistensi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar

4,493.

- b) b_1X_1 = angka koefisien regresi. Maka diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Fasilitas (X1) adalah sebesar 0.256.
- c) b_2X_2 = angka koefisien regresi. Maka diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Persepsi Harga (X2) adalah sebesar 0.299.

Dibawah ini merupakan lampiran tabel hasil dari pada uji t penelitian ini.

Tabel 2
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.493	1.388		3.238	0.002
X1	0.256	0.048	0.481	5.376	0
X2	0.299	0.062	0.434	4.85	0

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2025

1. Dapat dilihat nilai thitung untuk variabel Fasilitas (X1) sebesar $5,376 > t$ tabel 1,99472 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan H_1 diterima, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan

Konsumen (Y) pada Hotel Angkasa Garden Pekanbaru

2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel Persepsi Harga sebesar $4,850 > t$ tabel 1,99472 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat diambil

kesimpulan H2 diterima, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Hotel Angkasa Garden Pekanbaru.

Adapun nilai dari uji F terlampir pada tabel dibawah ini

Berdasarkan dari hasil pengujian pada Tabel 3 dapat dilihat dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (k : n-k)$ dimana $F_{tabel} = (2 : 98)$ hasil F_{hitung} sebesar $164,457 > F_{tabel}$ 3,09 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat (Alfa) = 0,05 atau 5% maka H3

diterima. Penerimaan H3 dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai $Sig. (0,000) < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan Fasilitas dan Persepsi Harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Angkasa Garden Pekanbaru.

Tabel 3
Hasil Uji Simultas (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3596.51	2	1798.26	164.457	.000b
1 Residual	1060.65	97	10.934		
Total	4657.16	99			

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2025

Analisis Koefisien

dibawah ini :

Determinasi R^2 dalam penelitian ini, yaitu sebagaimana yang terlampir pada tabel

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.879a	0.772	0.768	3.307

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

c. Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis Koefisien Determinasi *Adjusted R²* sebagaimana yang terlampir pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini adalah $0.768 = 76,8 \%$. Maka berdasarkan nilai tersebut dapat di Tarik pernyataan bahwa variasi dalam variabel Kepuasan Konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh Fasilitas (X1) Persepsi Harga (X2).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan pada variabel kepuasan konsumen sehingga dapat disimpulkan Fasilitas dan Persepsi Harga secara simultan memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Angkasa Garden Pknbaru. Hal ini dibuktikan nilai F hitung sebesar $164,457 > F_{tabel}$ 3,09 dengan signifikansi 0,000. Dalam hal ini disimpulkan semakin tinggi tingkat kepuasan maka fasilitas dan harga yang di berikan oleh Hotel Angkasa Garden baik. Dengan kata lain kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap fasilitas dan persepsi harga.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2020) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu fasilitas dan Persepsi

ditunjukkan bahwa hasil hipotesis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad (2022) juga menemukan hasil serupa bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi harga dan fasilitas.

Oleh karena itu, dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa manajemen hotel Angkasa Garden Pekanbaru harus memperhatikan dengan serius faktor harga dalam menentukan kebijakan harga yang akan diterapkan agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dan mempertahankan keunggulan bersaing di industri perhotelan.

KESIMPULAN

1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Angkasa Garden Pekanbaru
2. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Angkasa Garden Pekanbaru
3. Fasilitas dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Angkasa Garden Pekanbaru
4. Kontribusi variabel Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Angkasa Garden sebesar 76,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf,dkk.(2021) Digital marketing : konsep dan strategi. Cirebon : Penerbit Insania.
- Devia, Alen Sari, Pajian rambe dan Asri Nelly Putri., 2022., Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Pesona Pekanbaru Vol 3 no 1., Juni
- Efratani, S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar kawasan Hutan. In S. Efratani, *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar kawasan Hutan* (p. 177). Sidoarjo: Uwaus Inspirasi Indonesia.
- Firdaus, F., Supriyanto, Putri, R., Haryati, S., Afrizal, A., & Suripo, H. (2021). Metodologi Penelitian Ekonomi. In F. Firdaus, Supriyanto, R. Putri, S. Haryati, A. Afrizal, & H. Suripo, *Metodologi*

Penelitian Ekonomi (p. 25). Aceh: Yayasan Penerbit Muammad Zaini.

Hidayah, N., & Noviardy, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Kosnumen di Hotel Bina Darma Palembang. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.

Hartini, (ed.). 2022. Asas-Asas Manajemen (Konsep dan Teori). Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (p. 45). Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, & Keller. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.

Krisna, A., Agus, Adetiya, L., Nur, F., Marina, & Shodikin, R. (2021). Riset PopulerPemasaran (G. Rahmawan (ed.); Jilid 1). Media Sains Indonesia.

Lubis, Z. (2021). Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi. In Z. lubis, *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi* (p. 98). Yogyakarta: ANDI.

Mandataris, Safitri, R., & Yudadibrata. (2017). Pengaruh Fasilitas, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hana Hotel Batam. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Administrasi Bisnis*, 37-52 .

Mukhtazar. (2020). Prosedur Penelitian Pendidikan. In Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (p. 67). Yogyakarta: Absolute Media.

Syafril. (2019). Statistik Pendidikan. In Syafril, *Statistik Pendidikan* (p. 95).Jakarta: Kencana.

Syuhabudin, & Najmudin. (2020). Mudharabah Musyarakah dan Peningkatan Penghasilan Masyarakat

- Pesisir. In Syuhabudin, & Najmudin, Mudharabah *Musyarakah dan Peningkatan Penghasilan Masyarakat Pesisir* (p. 21). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Tonce, Yosef dan Yoseph Drius Purnama Rangga. (2022) *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Indramayu: Penerbit Adab
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. In F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (p. 168). Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Muhammad. A . Dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Padang, Sumatra Barat : PT Global Eksekutif Teknologi. Tersedia dari Google Play Book.
- Warsito,.(2022), *Buku panduan Budidaya Maggot BSF Desa Jati Indah Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan*.