

Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Raden Wijaya di Kota Mojokerto

Haris Harmanzah

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Untag Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the quality of service, brand image and price that affect customer satisfaction at Raden Wijaya in Mojokerto City, either partially or simultaneously. There are 4 Variables in this study, namely Service Quality (X1) , Brand Image (X2) , Price (X3) and Customer Satisfaction (Y). This study uses a quantitative approach. Data collection was obtained by distributing questionnaires via google form to customers/visitors of the Raden Wijaya Hotel, Mojokerto City. The sample used in this study amounted to 171 respondents with the sampling technique used non-probability sampling technique, namely Incidental sampling where the determination of the sample is based on chance. The data analysis used is multiple of results of this study shows that Service Quality, Brand Image and Price have a positive and significant effect simultaneously on Customer Satisfaction at the Raden Wijaya Hotel, Mojokerto City.

Keyword : *Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencari keuntungan. Perkembangan bisnis pada saat ini semakin pesat dan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat dan tak terkontrol dan semakin ketat. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan yang sangat pesat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dengan melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi.

Pada era modern ini, di Kota Mojokerto mengembangkan berbagai potensinya salah satunya menyediakan komponen pendamping bagi perjalanan bisnis dan juga wisata. Berbagai hotel pun makin banyak bermunculan dan berkembang sangat pesat sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Dengan adanya peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis melirik usaha dalam bidang perhotelan. Hotel tidak hanya sebagai tempat menginap, melainkan juga bisa sebagai tempat resepsi, *meeting* dan untuk *breakfast*. Hotel merupakan suatu bisnis yang menjanjikan untuk masa sekarang dan yang akan datang, banyak pelaku bisnis di Kota Mojokerto yang membangun sebuah hotel dengan bangunan yang unik dan modern

untuk bersaing secara ketat dan menunjukkan pelayanan terbaik untuk menarik konsumen agar berkunjung atau menginap ke hotel.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti :

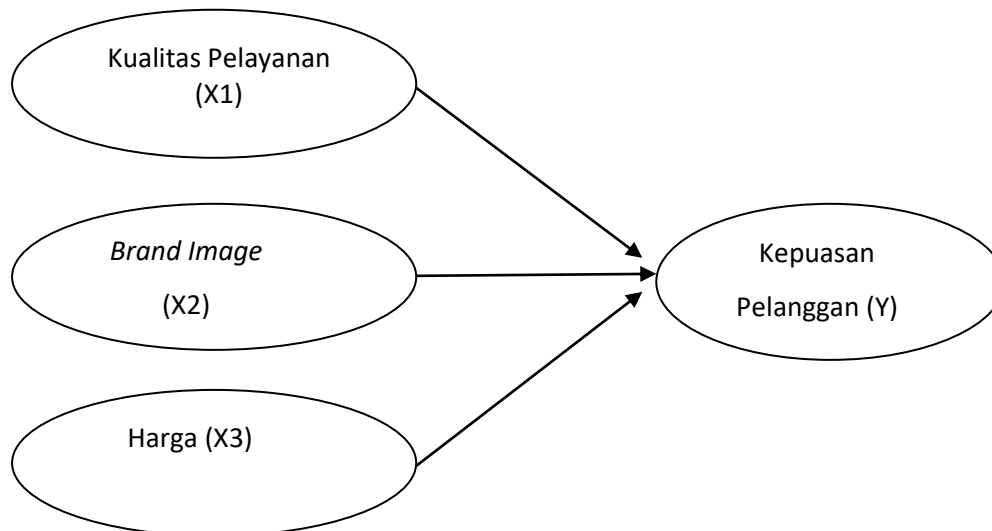
“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Raden Wijaya di Kota Mojokerto“

KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran menggambarkan hubungan variabel independen, dalam hal ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), *Brand Image* (X2) dan Harga (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Gambar Kerangka Dasar Pemikiran



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Hipotesis Penelitian

Hipotesis Pertama :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Hipotesis Kedua :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Hipotesis Ketiga :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat antara dua variabel atau lebih. Penelitian korelasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan, *brand image* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi disini yaitu dengan menggabungkan elemen dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai semesta. Sehingga populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengunjung atau pelanggan yang menggunakan jasa Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi (Arikunto,2010). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling *Nonprobability Sampling* atau *Sampling Insidental* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Pengambilan data pengunjung Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto selama 3 bulan yaitu melalui DISPORAPAR Kota Mojokerto. untuk menentukan sampel ini dapat menggunakan rumus slovin minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada taraf signifikan (a) adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standart error

Dengan menggunakan rumus diatas, didapatkan hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{300}{1 + (300)(0.05)^2}$$

$$n = 171,43$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah responden yang didapat pada penelitian ini adalah 171 responden yang pernah berkunjung pada perusahaan Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Pengukuran Instrumen

Pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala Likert yang memiliki lima alternatif jawaban.

1. SS : Sangat Setuju (skor 5)
2. S : Setuju (skor 4)
3. KS : Kurang Setuju (skor 3)
4. TS : Tidak Setuju (skor 2)
5. STS : Sangat Tidak Setuju (skor 1)

Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono (2010) instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel peneltian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pernyataan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden untuk diberikan jawaban atau tanggapan.

Teknik Analisi Data

a. Uji Validitas

Perhitungan dan pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for windows* dimana $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka intsrumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for windows*, instrumen dinyatakan valid jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,7 (Trihendradi, 2012:304).

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X_{1,2,3}) terhadap variabel terikat (Y). Berikut adalah persamaan regresi liner berganda dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

dimana :

Y = variabel kepuasan pelanggan

A = konstanta

b1 = koefisien regresi kualitas pelayanan

X1 = variabel kualitas pelayanan

b2 = koefisien *brand image*

X2 = variabel *brand image*

b3 = koefisien harga

X3 = variabel harga

d. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (Uji t)

Dalam uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

b. Uji Simultan (Uji F)

Dalam uji ini digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Dalam uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau besar kemampuan model yang dibentuk dalam menjelaskan serta memaparkan akan variasi variabel independen.

DEFINISI KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL

Definisi Konsep

Kualias Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2004:59).

Brand Image (X2)

Kotler (2013) mendefinisikan citra merek sebagai keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek.

Harga (X3)

Harga menurut Kotler & Armstrong (2008) adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelangga

untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Park dalam Hasan (2009:57) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah di konsumsi. Dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan timbul perasaan senang, puas atau kecewa.

Definisi Operasional

Kualitas Pelayanan (X1)

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *Empathy*

Brand Image (X2)

1. Kesan profesional
2. Kesan modern
3. Melayani semua segmen
4. Perhatian pada konsumen

Harga (X3)

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kepuasan Pelanggan (Y)

1. Sistem keluhan dan saran
2. *Ghost shopping*
3. *Lost customer analysis*
4. Survey kepuasan pelanggan

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jawaban responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 171 responden, menunjukkan bahwa responden laki-laki 101 orang dengan presentase sebesar 59% dan responden perempuan 70 orang dengan presentase sebesar 41%.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Jawaban responden berdasarkan usia yang berjumlah 171 responden, menunjukkan bahwa jumlah responden usia 18-22 tahun adalah 41 orang dengan presentase sebesar 24%, responden usia 23-30 tahun adalah 112 orang dengan presentase sebesar 66%, responden usia 31-49 tahun adalah 17 orang dengan presentase sebesar 10%, responden usia 50-59 tahun adalah 1 orang dengan presentase sebesar 0,60%.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Jawaban responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 171 responden, menunjukkan bahwa responden pelajar/mahasiswa sebanyak 79 orang dengan presentase sebesar 46,2%, responden wirausaha sebanyak 12 orang dengan presentase 7%, responden karyawan swasta sebanyak 26 orang dengan presentase 15,2%, responden PNS sebanyak 6 orang dengan presentase 3,5%, responden TNI/POLRI sebanyak 6 orang dengan presentase 3,5% dan lainnya sebanyak 42 orang dengan presentase 24,6%.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Gaji/Pendapatan

Jawaban responden berdasarkan gaji/pendapatan yang berjumlah 171 responden, menunjukkan bahwa responde dengan pendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 11 orang dengan presentase 6,4%, responden dengan pendapatan 1.100.000-3.000.000 sebanyak 76 orang dengan presentase 44,4%, responden dengan pendapatan 3.100.000-5.000.000 sebanyak 35 orang dengan presentase 20,5%, responden dengan presentase >5.000.000 sebanyak 49 orang dengan presentase 28,7%.

Rekapitulasi Jawaban Responden

Tabel Hasil Rekapitaulasi Jawaban Responden

Rekapitulasi Jawaban Responden				
No	Variabel	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Karyawan hotel Raden Wijaya Mojokerto pelayanannya baik dan sangat ramah pada pelanggan hotel	4,23	Setuju
2	<i>Brand Image</i> (X2)	Segi bangunan dari hotel Raden Wijaya mengusung konsep modern	4,22	Setuju
3	Harga (X3)	Harga yang ditentukan sesuai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan	4,18	Setuju
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Hotel Raden Wijaya melakukan survey baik melalui telfon maupun wawancara kepada pelanggan sebagai bentuk perhatian pada	4,29	Setuju

		pelanggan		
--	--	-----------	--	--

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2021

Analisis data

Uji Validitas

Tabel Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Hasil
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,687	0,150	Valid
	X1.2	0,555	0,150	Valid
	X1.3	0,638	0,150	Valid
	X1.4	0,598	0,150	Valid
	X1.5	0,575	0,150	Valid
Brand Image (X2)	X2.1	0,748	0,150	Valid
	X2.2	0,507	0,150	Valid
	X2.3	0,687	0,150	Valid
	X2.4	0,730	0,150	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,744	0,150	Valid
	X3.2	0,672	0,150	Valid
	X3.3	0,686	0,150	Valid
	X3.4	0,803	0,150	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,764	0,150	Valid
	Y2	0,732	0,150	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2021

Dari hasil diatas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel kualitas pelayanan, *brand image*, harga dan kepuasan pelanggan dengan 14 item pernyataan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,150. Sehingga dapat dinyatakan semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Hasil
Kualitas Pelayanan (X1)	5 Item	0,740	Reliabel
Brand Image (X2)	4 Item	0,764	Reliabel
Harga (X3)	4 Item	0,789	Reliabel

Kepuasan Pelanggan (Y)	2 Item	0,790	Reliabel
------------------------	--------	-------	----------

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2021

Dari keterangan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,70 dengan demikian seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel

Regresi Linier Berganda

Tabel Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	2.348	0.644		3.647	0.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.181	0.037	0.396	4.848	0.000
	Brand Image (X2)	0.121	0.053	0.229	2.284	0.004
	Harga (X3)	0.113	0.045	0.228	2.289	0.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : hasil olah data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 2,348 + 0,181X_1 + 0,121X_2 + 0,113X_3$$

Persamaan diatas di interpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,348 memberi arti apabila variabel kualitas pelayanan (X1), *brand image* (X2) dan harga (X3) bernilai *konstan*, maka kepuasan pelanggan pada Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto akan meningkat.
- Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien positif diketahui sebesar 0,181. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,208 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap *konstan*.
- Brand Image* (X2) memiliki koefisien positif sebesar 0,121 yang menyatakan bahwa variabel *brand image* (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila *brand image* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap *konstan*.

- d. Harga (X3) memiliki koefisien positif sebesar 0,113 yang berarti bahwa variabel harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa apabila harga mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap *konstan*.

Pengujian Hipotesis

- a. Uji t

Tabel Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized	Std. Error	Standardized	t	Sig.
		Coefficients B		Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.348	0.644		3.647	0.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.181	0.037	0.396	4.848	0.000
	Brand Image (X2)	0.121	0.053	0.229	2.284	0.004
	Harga (X3)	0.113	0.045	0.228	2.289	0.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2021

Diperoleh nilai t tabel 1,974, hasil output di atas dijelaskan sebagai berikut:

- Hasil analisis uji partial variabel pertama nilai t hitung variabel kualitas pelayanan lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $4,848 > 1,974$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hasil penelitian ini menyatakan H1 diterima.
- Hasil analisis uji partial variabel kedua nilai t hitung variabel *brand image* lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $2,284 > 1,974$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini menyatakan H2 diterima.
- Hasil analisis uji partial variabel ketiga nilai t hitung variabel harga lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $2,289 > 1,974$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini menyatakan H3 diterima.

b. Uji F

Tabel Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.601	3	19.867	29.088	.000 ^b
	Residual	114.060	167	0.683		
	Total	173.661	170			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Brand Image (X2)

Sumber: Hasil olah data SPSS,2021

Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5%, sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Df2 &= n - k \\ &= 171 - 3 \\ &= 168 \text{ (diperoleh } f_{\text{tabel}} 2,66) \end{aligned}$$

Hasil tabel diatas diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 29,1. Nilai ini $> f_{\text{tabel}}$ sebesar 2,66 dan mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 $> 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), *brand image* (X_2) dan harga (X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

c. Uji R²

Tabel Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.586 ^a	0.343	0.331	0.826	1.551

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Brand Image (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS,2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai $R^2 = 0,343$ (34,3%) yang menjelaskan faktor-faktor kepuasan pelanggan dari variabel kualitas pelayanan, *brand image* dan harga. Sehingga hasil uji koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, *brand image* dan harga secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 34,3%, sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah diuji sebelumnya diketahui bahwa semua item pernyataan dari variabel independen kualitas pelayanan, *brand image*, harga dan variabel dependen kepuasan pelanggan dengan 14 pernyataan mempunyai nilai r

hitung $>$ r tabel. Sehingga dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas yang telah dilakukan sebelumnya memperoleh nilai Cronbach's alpha $>$ 0,70 kualitas pelayanan, *brand image*, harga sebesar dan kepuasan pelanggan sebesar yang lebih besar dari. Dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Dilihat dari hasil Uji f menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel sebesar dan nilai signifikan f hitung adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, *brand image*, dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji koefisien determinasi menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, *brand image*, dan harga secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan terbatas, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

1. Variabel Kualitas Pelayanan dengan dibuktikan oleh hasil rekapitulasi jawaban responden, indikator dengan pernyataan karyawan Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto pelayanannya baik dan sangat ramah pada pelanggan hotel dengan hasil mean tertinggi 4,23 dan indikator dengan pernyataan karyawan Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto pelayanannya cepat dan tepat mendapatkan mean terendah sebesar 4,06.
2. Variabel *Brand Image* dengan rekapitulasi jawaban responden, indikator dengan pernyataan Segi bangunan dari Hotel Raden Wijaya mengusung konsep modern memiliki nilai mean tertinggi yaitu sebesar 4,22 dan indikator dengan pernyataan karyawan hotel melayani pelanggan tanpa membedakan kelas dan golongan memiliki nilai mean terendah sebesar 3,97.
3. Variabel Harga dibuktikan dengan rekapitulasi jawaban responden, indikator dengan pernyataan harga yang ditentukan sesuai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan memiliki nilai mean tertinggi yaitu sebesar 4,18 dan indikator dengan pernyataan kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat memiliki nilai mean terendah sebesar 3,98.
4. Variabel Kepuasan Pelanggan dibuktikan dengan rekapitulasi jawaban responden, indikator dengan pernyataan Hotel Raden Wijaya melakukan survey baik melalui telepon maupun wawancara kepada pelanggan sebagai bentuk perhatian terhadap para pelanggan memiliki nilai mean tertinggi yaitu sebesar 4,29 dan indikator dengan pernyataan Terdapat fasilitas dan contact person yang difasilitasi Hotel Raden Wijaya sebagai alat untuk menyampaikan kritik maupun saran memiliki nilai mean terendah sebesar 4,04.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini, antara lain :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.
2. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

3. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.
4. Kualitas pelayanan, *brand image* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Raden Wijaya Kota Mojokerto.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. Indosteger Jaya) . Jakarta : Universitas Islam Attahiriyah.
- Arbiantoro Tri. 2018. Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bakso Gibrass Jl. Kutisari Selatan No. 45 Surabaya). Jurnal Administrasi Bisnis.
- Armahadyani. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa'Mur. Karawang : Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Fazrurahman Imam Muhammad. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Lorin Sentul. Bogor : Universitas Pakuan Bogor.
- Fiqihtha Elmi. 2019. Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Salak Tower. Bogor : Universitas Ibn Khaldun Bogor.
- Gunawan Edwin , Sebastian. Octavianus, Gabriel.Hariato,Agung. 2019. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat *Virtual* Hotel Operator di Surabaya. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Normasari Selvy, Kumadji Srikandi, Kusumawat Andriani. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang) . Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Palupi Elfira. 2019. Pengaruh Lokasi , *Brand Image* dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Warcet Mas Gimbal Ponorogo. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Rahayu Suharni. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Aryaduta Lippo Village) Tangerang: Universitas Pamulang Tangerang.
- Setyo Edwin Purnomo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “BEST AUTOWORKS”. Surabaya : Universitas Ciputra, Surabaya.
- Susepti Amalia, Hamid Djamhur, Kusumawati Andriani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi) Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Thungasal Eddy Chandra . 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari . Surabaya : Universitas Kristen Petra.