

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA KAMAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL GOLDEN PALACE LOMBOK**

**Oleh**

**Umul Quro<sup>1</sup>, I Wayan Nuada<sup>2</sup> & Erri Supriyadi<sup>3</sup>**

**<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram**

**Email : <sup>1</sup>umulquro@gmail.com, <sup>2</sup>iwayannuada@gmail.com & <sup>3</sup>errisupriyadi@gmail.com**

**Article History:**

*Received: 16-06-2024*

*Revised: 18-06-2024*

*Accepted: 22-06-2024*

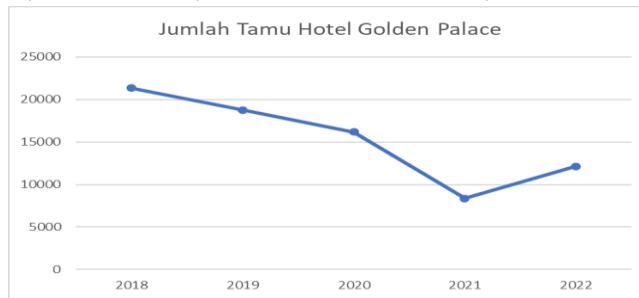
**Keywords:**

*Pengaruh, Kualitas Layanan, Harga Kamar, Kepuasan Pelanggan, Hotel.*

**Abstrak:** Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Kamar. Melalui penelitian ini dilakukan beberapa pengukuran tanggapan dari beberapa indikator Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Kamar sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan menjadi variable terikat. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner google docs melalui Direct Message Instagram ke beberapa Pelanggan Hotel Golden Palace. Dari kuesioner yang disebar diperoleh 100 Responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan beberapa tahapan diawali dengan analisis deskriptif data persentase, Uji Instrumen diantaranya Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik diantaranya Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedasitas dan Uji Multikoliniearitas, Analisis Linear Berganda, Uji f dan Uji t .dengan Menggunakan Microsoft Excel 2016 dan SPSS Versi 26.0. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Variabel Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dan Variabel Harga Kamar berpengaruh secara signifikan.

### **PENDAHULUAN**

Hotel Golden Palace sendiri merupakan salah satu hotel bintang yang ada di Lombok. Terletak di pusat bisnis Mataram, distrik perbelanjaan, dan hiburan. Golden Palace Hotel mewujudkan kenyamanan bintang empat dan pelayanan kelas satu, dengan menawarkan semua kemewahan kepada tamu. Golden Palace Hotel memiliki 12 lantai dengan tiga lift tamu, ruang parkir tertutup dan aman, fitness center, lima outlet makanan dan minuman, kolam renang , klinik dan Spa. Memiliki 198 jumlah kamar mewah dengan lima jenis kamar di antaranya Delux Room, Junior Suite Room, Suite Room, Executive Suit Room, dan President Suit Room.



**Gambar 1. Jumlah Tamu Menginap Hotel Golden palace**

Sumber : Golden Palace, 2023

Berdasarkan grafik tersebut dapat kita ketahui bahwa jumlah tamu Hotel Golden Palace

cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya sejak tahun 2018 hingga 2022, sehingga hal tersebut tentu menjadi persoalan yang perlu untuk dicari penyelesaian masalahnya. Dimana penelitian ini berfokus pada apakah kualitas layanan pada Hotel Golden Palace memiliki pengaruh terhadap jumlah tamu yang datang untuk menginap, serta bagaimana harga berpengaruh terhadap jumlah tamu yang menginap di Hotel Golden Palace.

Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan mengkaji **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Kamar Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Golden Palace Lombok”**

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif Hotel ini terletak di jantung kota Mataram, selain letaknya yang strategis, hotel ini juga merupakan salah satu hotel yang memiliki klasifikasi bintang 4. Banyak wisatawan yang datang untuk menginap di hotel ini baik dari dalam negeri maupun luar negeri (wisatawan asing atau domestik). Tamu yang datang untuk menginap di hotel ini kebanyakan bertujuan untuk mengadakan pertemuan, seminar, weeding party, pebisnis, maupun untuk liburan. Perkembangan tamu yang datang untuk menginap, rapat, pesta pernikahan, seminar dari tahun ke tahun terus meningkat dimana beberapa wisatawan yang datang untuk menginap berasal dari Australia, Inggris, Belanda, Jerman dan juga tamu lokal yang mengadakan pertemuan, dan acara lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling yaitu purposive sampling. dimana teknik ini ialah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dari peneliti, yang tujuannya untuk mendapatkan data yang dapat mewakili standar yang telah ditentukan. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 100 tamu atau responden yang pernah menginap di hotel Golden Palace Lombok. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas adalah teknik korelasi product-moment dari Karl Person. Selanjutnya, Reliabilitas menunjukkan arti bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linear Berganda, dan Uji Hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hotel Golden Palace beralamat di Jl.sriwijaya No.38 Cakra Negara Mataram, Lombok. Hotel ini dibangun pada tahun 2013 dan dioperasikan pada tahun 2015. Hotel Golden Palace sendiri merupakan salah satu hotel berbintang yang ada di Lombok. Terletak di pusat bisnis Mataram, distrik perbelanjaan, dan hiburan. Golden Palace Hotel mewujudkan kenyamanan bintang empat dan pelayanan kelas satu, dengan menawarkan semua kemewahan kepada tamu. Golden Palace Hotel memiliki 12 lantai dengan tiga lift tamu, ruang parkir tertutup dan aman, fitness center, lima outlet makanan dan minuman, kolam renang , klinik dan Spa. Memiliki 198 jumlah kamar mewah dengan lima jenis kamar di antaranya Delux Room, Junior Suite Room, Suite Room, Executive Suit Room, dan President Suit Room. Tamu yang datang untuk menginap di hotel ini kebanyakan bertujuan untuk mengadakan pertemuan, seminar, *weeding party*,

pebisnis, maupun untuk liburan. Perkembangan tamu yang datang untuk menginap, rapat, pesta pernikahan, seminar dari tahun ke tahun terus meningkat dimana beberapa wisatawan yang datang untuk menginap berasal dari Australia, Inggris, Belanda, Jerman dan juga tamu lokal yang mengadakan pertemuan, dan acara lainnya. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 100 tamu atau responden yang pernah menginap di Hotel Golden Palace Lombok.

**Tabel 1. Persebaran Umur Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	9	9 %
20 tahun	1	1%
21 Tahun	3	3 %
22 Tahun	9	9 %
23 Tahun	11	11 %
24 Tahun	1	1 %
> 24 Tahun	66	66 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Dari tabel diatas menunjukan bahwa persebaran umur responden yang menginap di Hotel Golden Palace, Kota Mataram didominasi oleh responden yang berusia diatas 24 tahun (66%). Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah responden yang berusia 23 Tahun sebanyak 11 orang (11%) dari total sampel responden, responden dengan usia dibawah 20 tahun berjumlah 9 orang (9%) dari total sampel responden, responden dengan usia 20 tahun berjumlah 1 orang (1%) dari total sampel responden. responden dengan usia 21 tahun berjumlah 3 orang (3%) dari total sampel responden. responden dengan usia dibawah 22 tahun berjumlah 9 orang (9%) dari total sampel responden. responden dengan usia 24 tahun berjumlah 1 orang (1%) dari total sampel responden dan diatas 23 tahun berjumlah 1 orang ( 11 %) dari total sampel responden.

### **Uji Validitas**

**Tabel 2. Uji Validitas**

Variabel	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Kriteria
X <sub>1</sub>	0,955	0,202	Valid
X <sub>2</sub>	0,919	0,202	Valid
Y	0,698	0,202	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas nilai r<sub>hitung</sub> variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> adalah 0,955 dan 0,919 memiliki nilai lebih besar dibandingkan dengan r<sub>tabel</sub> yaitu 0,202 sedangkan variable Y memiliki nilai r<sub>hitung</sub> yaitu 0,698 lebih tinggi daripada r<sub>tabel</sub> yang berjumlah 0,202 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variable X dan Y adalah Valid

### **Uji Reliabilitas**

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>				
Cronbach's Alpha	X <sub>1</sub>	Value	.987	
		N of Items	21 <sup>a</sup>	
	X <sub>2</sub>	Value	.988	
		N of Items	20 <sup>b</sup>	
Total N of Items			41	
Correlation Between Forms			.975	
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.988	
	Unequal Length		.988	
Guttman Split-Half Coefficient			.988	

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Menurut Jonathan Sarwono (2015: 249), menyatakan bahwa “Jika korelasi koefisien Guttman Split-Half lebih besar atau sama dengan 0,80, maka instrument penelitian dinyatakan reliabel. Pada tabel diatas diketahui nilai koefisien Guttman Split-Half lebih besar dari 0,80 yaitu 0,988, dan hasil uji reliabilitas dari X<sub>1</sub> adalah 0,987 dan X<sub>2</sub> adalah 0,988 lebih besar dari cronbach alpha sebesar 0,600 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir soal variable X dan Y dinyatakan reliabel.

#### ***Uji Deskriptif***

**Tabel 4. Uji Deskriptif**

<b>Statistics</b>				
		X1	X2	Y
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		119.19	12.66	42.63
Std. Deviation		26.084	3.147	9.513
Variance		680.398	9.903	90.498
Range		112	12	40
Minimum		28	3	10
Maximum		140	15	50

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden dalam penelitian (N) adalah 100 orang. Nilai rata-rata dari kualitas layanan (X<sub>1</sub>) adalah 119,19 dengan standar deviasi 26,084, nilai minimum dari X<sub>1</sub> adalah 28, sedangkan nilai maksimum adalah 140. Nilai rata-rata dari harga (X<sub>2</sub>) adalah 12,66 dengan standar deviasi 3,147, nilai minimum dari X<sub>2</sub> adalah 3 sedangkan nilai maksimum adalah 15. Nilai rata-rata dari Kepuasan konsumen (Y) adalah 42,63 dengan standar deviasi 9,513, nilai minimum dari Y adalah 10 sedangkan nilai maksimum adalah 50.

#### ***Uji Asumsi Klasik***

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan variabel yang diteliti terdistribusi secara normal atau tidak. Berdasarkan teori Kolmogorov Smirnov, “jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel tersebut terdistribusi dengan normal”.

**Tabel 5. Kolmogorov Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.20307773
Most Extreme Differences	Absolute	.193
	Positive	.193
	Negative	-.123
Test Statistic		.193
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Tabel 5 mendeskripsikan bahwa nilai signifikansi dari data  $>0,05$  yaitu 0,193. Kesimpulannya, dari uji normalitas menggunakan teori *Kolmogorov Smirnov*, data yang diolah terdistribusi secara normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dimanfaatkan untuk membuktikan apakah ada gejala multikolonieritas pada data variabel yang diolah. Uji ini memiliki ketentuan yaitu jika nilai toleransi lebih dari 0,1 dan jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas pada data variabel yang diolah.

**Tabel 6. Uji Multikolinearitas**

	Coefficients <sup>a</sup>	
	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics
Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	.183	5.458
X2	.183	5.458

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel 1.5 diperoleh analisis:

- Nilai tolerance X1  $0,183 > 0,1$  dan VIF senilai  $5,458 < 10$
- Nilai tolerance X2  $0,183 > 0,1$  dan VIF senilai  $5,458 < 10$

Ketentuan tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di semua variabel bebas yang diteliti.

### c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016) “uji ini di gunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi diantar variabel yang diteliti. Untuk mengetahui autokorelasi dilakukan uji *runs test*, jika signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan adanya autokorelasi”.

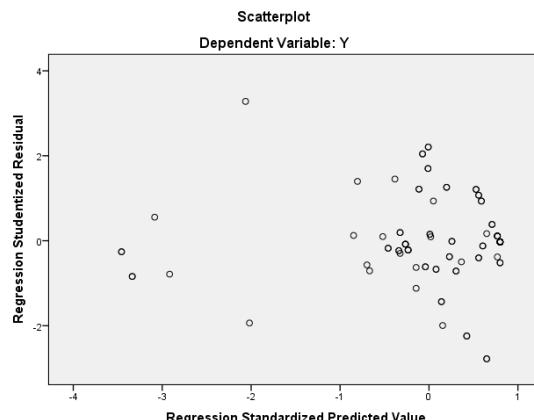
**Tabel 7. Uji Runs Test**  
**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.00564
Cases < Test Value	45
Cases $\geq$ Test Value	55
Total Cases	100
Number of Runs	60
Z	1.929
Asymp. Sig. (2-tailed)	.064

Berdasarkan tabel 7 memberikan informasi nilai signifikansi sebesar  $0,064 > 0,05$ , sehingga kesimpulannya tidak ada autokorelasi dalam data yang diteliti.

#### d. Uji Heteroskedaktisitas

Uji ini digunakan untuk membuktikan adanya perbedaan varian residual. Ketentuan dari uji ini yaitu jika varian hanya beada dibawah atau hanya di atas sumbu Y, maka terjadi heteroskedaktisitas.



**Gambar 2. Scatterplot**

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan pola yang jelas serta titik - titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 8. Hasil Analisis Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.061	.097
X1	.782	.052
X2	.207	.046

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Dari tabel 1.7, memberikan informasi bahwa koefisiensi dari X1 adalah 0,782, sedangkan koefisiensi X2 adalah 0,207 dengan nilai konstanta senilai 0,061. Sehingga persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = 0,061 + 0,782X_1 + 0,207X_2$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Kualitas Layanan

X<sub>2</sub> = Harga

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan bahwa:

- Nilai konstansta sebesar 0,061, jika kualitas layanan (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) bernilai 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) bernilai 0,061.
- Koefisien regresi kualitas layanan (X<sub>1</sub>) memiliki nilai yang positif yaitu 0,782, menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen(Y).
- Koefisien regresi harga (X<sub>2</sub>) memiliki nilai positif yaitu 0,207, sehingga harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

### *Uji Hipotesis*

#### a. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hasil perhitungan yang diperoleh dari SPSS sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	df	Mean Square	F	Sig.
1      Regression	2	42.755	1015.781	.000 <sup>b</sup>
Residual	97	.042		
Total	99			

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

Pada tabel 9, nilai F adalah 1015,781 dan nilai signifikansinya adalah 0,00. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, kesimpulannya kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### b. Uji t

Menurut Ghozali (2006), “Uji t dimanfaatkan untuk membuktikan sejauh mana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat”.

Ketentuan yang diambil:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima

**Tabel 10 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	t	Sig.
(Constant)	.628	.532
X1	15.132	.000
X2	4.498	.000

Sumber: Data diolah tahun 2023 dengan SPSS

#### 1. Uji signifikan (uji t) Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen.

$H_1$ : signifikansi variabel kualitas layanan (X1) adalah  $0,00 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $15,132 >$  nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $1,985$ . Jadi kesimpulannya, EPS memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen serta  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### 2. Uji signifikan (uji t) Harga terhadap kepuasan konsumen

$H_2$ : Signifikansi variabel harga (X2) adalah  $0,00 < 0,05$ , nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $4,498 >$  nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $1,9985$ . Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen serta  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### Pembahasan

##### Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diperoleh analisis bahwa kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Golden Palace Lombok. Hal tersebut sesua dengan Penelitian yang dilakukan oleh (E. Soliha 2017), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua”. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari lima dimensi kualitas pelayanan jasa. Dapat disimpulkan bahwa seluruh kelima variabel bebas yang ada berpengaruh pada kepuasan konsumen. Variabel empati berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian lain yang memiliki hasil penelitian yang serupa yaitu Penelitian yang dilakukan oleh A. Amrullah (2016), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Lawang”. Menggunakan teknik analisis linear berganda, penelitian ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Lawang.

Berkaitan dengan *servqual theory* oleh A. Amrullah (2016), variabel kualitas layanan bisa menjadi acuan manajemen hotel untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan sebelum dan sesudah adanya evaluasi. Semakin baik kualitas layanan maka kepuasan konsumen semakin tinggi.

**Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, dapat diketahui bahwa variable Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafisa Choirul Mar'ati 2020), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online”. Hasil penelitian ini membuktikan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik dan kompetitif harga yang ditawarkan maka kepuasan konsumen semakin tinggi.

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, dapat diketahui kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sehingga H3 di terima. Arah positif ditumbulkan dari hubungan variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ). Sesuai dengan *servqual theory* oleh Nafisa dan Choirul Mar'ati (2020) jika kualitas layanan dan harga dirasa baik dan kompetitif oleh konsumen, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika kualitas layanan dan harga yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan konsumen akan rendah yang mengakibatkan konsumen tidak akan kembali berkunjung.

**PENUTUP****Kesimpulan**

Variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) secara parsial dan signifikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Golden Palace Lombok. Semakin baik kualitas layanan maka kepuasan konsumen semakin tinggi karena sesuai dengan harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Variabel harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Golden Palace Lombok. Semakin baik dan kompetitif harga yang ditawarkan maka kepuasan konsumen semakin tinggi karena harga sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh tamu sehingga meningkatkan pendapatan dan tingkat hunian hotel.

Kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sehingga H3 di terima. Arah positif ditumbulkan dari hubungan variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ). Sesuai dengan *servqual theory* jika kualitas layanan dan harga dirasa baik dan kompetitif oleh konsumen, maka kepuasan konsumen semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika kualitas layanan dan harga yang ditawarkan kurang baik maka kepuasan konsumen rendah yang mengakibatkan konsumen tidak akan kembali berkunjung..

**Saran****a. Bagi Manajemen Hotel Golden Palace**

Bagi manajemen Hotel Golden Palace, sangat perlu untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan harga yang kompetitif kepada konsumen. Sehingga hal tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen yang mengakibatkan konsumen tidak ragu untuk kembali berkunjung ke Hotel Golden palace Lombok.

**b. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Menyadari bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh banyak faktor lain, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen. Pada penelitian selanjutnya perlu ditambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ansofino, Julianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. (2016). Buku Ajar Ekonometrika. Deepublish.
- [2] A. Amrullah (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Lawang.Jurnal Manajemen
- [3] Atmawati, Rustika dan Wahyuddin, M. . (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, 5(1):hal:
- [4] Djatmiko, H. E. (2005). Saatnya Mencermati Loyalitas Pelanggan (Swasembada (ed.); 2005th, Edis ed.).
- [5] E. Soliha (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. Jurnal Manajeman, (2)2: ISSN.
- [6] Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (B. U. Diponogoro (ed.)).
- [7] Griselda, Gretel dan Panjaitan, T. M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. DeReMa Jurnal Manajemen, 2(1): hal:
- [8] Hassan, U. A. dan I. (2010). Impact of Service Quality on Customers Satisfaction. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 1(12).
- [9] Hidayati, E. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajeman, (2)2: ISSN.
- [10] Ismail, F. (2018). Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Prenadamedia.
- [11] K.A Pratiwi (2019). Pengaruh Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Utilitas Industri (telekomunikasi) di Ghana. Jurnal manaejemn
- [12] Khairani, I. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Deviden Per Share terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2013. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 5(2), 566–572.
- [13] Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (Terjemahan :BobSabran) (P. Index (ed.); Edisi 13 j).
- [14] Marsum, A. . (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya (Andi (ed.); Edisi Empa).
- [15] Nafisa K.M (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online.Jurnal Manajemen
- [16] Riduwan, & S. (2012). Pengantar Statistik Untuk Penelitian (Alfabeta (ed.)).
- [17] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [18] Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- [19] Sutomo, M. (2012). Kepuasan Pelanggan Menginap di Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 6(1): Hal: 7993.
- [20] Tjiptono Fandy. (2006). Manajemen Jasa (A. Offset (ed.); edisi IV).