

ABSTRAK

Junaningtias, Puji Astuti. 2021. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Tampiaro Plaza Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, promosi, dan harga baik secara simultan (F), parsial (t) maupun secara dominan terhadap variabel kepuasan konsumen Pada Hotel Tampiaro Plaza Kota Probolinggo.

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Variabel yang digunakan meliputi variabel independen (bebas) dan dependen (terikat). Variabel independen meliputi : (1) kualitas layanan, (2) promosi, (3) harga. Sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pada Hotel Tampiaro Plaza Kota Probolinggo yang berjumlah 43 orang. Sampel yang diambil berjumlah 43 orang responden dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sample dengan menggunakan metode *sampling* jenuh. Sumber data meliputi : (1) data primer, (2) data sekunder. Metode analisis data yang digunakan meliputi : statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji (F), uji (t), dan uji dominan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) dari hasil analisis uji secara simultan (uji F) diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23.690 > 2.85$) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa kualitas layanan, promosi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Secara parsial (uji t) untuk variabel kualitas layanan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,982 > 2,028$) dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel promosi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,072 > 2,028$) dengan nilai sig. $0,045 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk variabel harga diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,721 > 2,028$) dengan nilai sig. $0,010 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Berdasarkan hasil uji secara dominan, dikehui bahwa variabel kualitas layanan yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan Konsumen Hotel Tampiaro Plaza Kota Probolinggo. Hasil ini dapat diketahui dari nilai *Standardized Coefficients* Beta variabel Kualitas Layanan (X_1) adalah sebesar sebesar 0,518 dengan *Standart Error* 0,091 > variabel Promosi (X_2) sebesar 0,230 dengan *Standart Error* 0,081 dan variabel Harga (X_3) sebesar 0,294 dengan *Standart Error* 0,118.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

*Junaningtiyas, Puji Astuti. 2021. Thesis. **The Effect of Service Quality, Promotion and Price on Customer Satisfaction at Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo City.** Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University, Probolinggo.*

The study was conducted to determine the effect of service quality, promotion, and price variables simultaneously (F), partially (t) or dominantly on the variable of customer satisfaction at Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo City.

In this study, the type of research used is quantitative, the variables used include independent (free) and dependent (dependent) variables. The independent variables include: (1) quality of service, (2) promotion, (3) price. While the dependent variable is customer satisfaction. The population in this study were the consumers at Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo City, amounting to 43 people. The sample taken was 43 respondents using non probability sampling with sampling technique using saturated sampling method. Data sources include: (1) primary data, (2) secondary data. The data analysis method used includes: descriptive statistics, validity and reliability tests, classical assumption test, multiple regression analysis, test (F), test (t), and dominant test.

The results of this study indicate that (1) the results of the analysis are simultaneously tested. (F test) obtained $F_{count} > F_{table}$ ($23.690 > 2.85$) with a significance value of $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that service quality, promotion, and price together have an effect on satisfaction consumer. (2) Partially (t test) for the variable quality of service obtained the value of $t_{count} > t_{table}$ ($4.982 > 2.028$) with a sig. $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that service quality has a significant effect on customer satisfaction. While the promotion variable obtained $t_{count} > t_{table}$ ($2,072 > 2,028$) with sig. $0.045 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that promotion has a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, for the price variable, the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,721 > 2,028$) is obtained with a sig. $0.010 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that price has a significant effect on customer satisfaction. (3) Base dominant effect on customer satisfaction at Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo City is the variable of service quality. These results can be seen from the value of Standardized Coefficients Beta of the Service Quality variable (X1) of 0.518 with a Standard Error of 0.091 > Promotion variable (X2) of 0.230 with a Standard Error 0.081 and variable Price (X3) of 0.294 with a Standard Error of 0.118.

Keywords: Service Quality, Promotion, Price and Customer Satisfaction