

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di zaman pembangunan yang terus berkembang, pertumbuhan ekonomi dalam berbagai hal atau bidang industri sudah banyak mengalami kemajuan. Dalam hal ini dapat dilihat dan dipahami dari banyaknya perusahaan yang meningkatkan kinerjanya dalam memenuhi keinginan konsumennya, dalam dunia bisnis apabila perusahaan tidak dapat menyusun strategi pemasaran dan strategi bisnis yang matang, maka perusahaan tersebut dapat mengalami kekalahan dan bersaing dengan perusahaan lain dimana strategi pemasaran merupakan kewajiban pokok yang harus dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, intinya perusahaan harus bisa menciptakan *Customer Value* yang tinggi melewati perusahaan lain. Seperti halnya perusahaan yang terjun dalam bidang jasa yaitu industri perhotelan.

Pangandaran adalah salah satu kabupaten dan tempat wisata yang berada di Provinsi Jawa Barat. Pangandaran adalah salah satu dari sekian banyak wisata pantai terkenal yang berada di Jawa Barat. Keindahan dan daya tarik pantai Pangandaran tidak hanya diketahui wisatawan dalam negeri tapi juga dikenal oleh wisatawan dari luar negeri.

Sebagai daerah tujuan wisata, Pangandaran menempatkan sektor pariwisata sebagai sektor utama. Pariwisata telah menjadi sektor industri yang berkontribusi besar terhadap perekonomian di Kabupaten Pangandaran. Pangandaran merupakan salah satu tempat wisata yang tidak hanya tersohor dengan keindahan pantainya tetapi terkenal juga dengan beberapa objek wisata lainnya seperti *green canyon*, wisata alam jojogan, Citumang, hutan *mangrove*, Batu Karas, pantai karapyak dan masih banyak lainnya.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Wisatawan Kabupaten Pangandaran**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
2017	3,856,531
2018	4,256,245
2019	4,836,132

Sumber : Laporan BPS Jawa Barat (Data diolah oleh peneliti)

Dilihat dari tabel diatas banyaknya wisatawan yang datang ke pantai Pangandaran, menyebabkan adanya persaingan ketat dari setiap hotel yang ada dipangandaran. Hal itu mengharuskan adanya usaha dari pihak hotel untuk dapat menarik minat pelanggan dan menjadikannya sebagai pelanggan tetap.

Dengan semakin berkembang pesatnya kemajuan industry pariwisata Pangandaran, amka beberapa fasilitas yang mendukung akan kemajuan industri tersebut semakin berkembang dan lebih baik. Bisnis perhotelan membuka kesempatan untuk para investor dari luar maupun dalam negeri dan masyarakat disekitar Pangandaran pada umumnya, perhotelan sendiri merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang jasa yang menyatukan antara produk dan pelayanan. Contoh nilai jual yang diberikan oleh industri perhotelan adalah diantaranya *design* bangunan hotel, *eksterior* maupun *interior* hotel sampai kamar hotel, *café* dan *restaurant* serta minuman dan makanan yang dijual. Adapun layanan yang dijual adalah keramah tamahan dan etika staf dan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Perhotelan sebagai industri yang bergerak dibidang jasa penginapan harus setidaknya melakukan evaluasi atas harga dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen supaya terciptanya kepuasan konsumen sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

Kepuasan Kosumen adalah tolak ukur sebuah perasaan seorang konsumen setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan, apabila hasil kinerja melebihi harapan yang mereka harapkan, maka konsumen akan merasa puas, dan kebalikannya jika kinerja tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa. (Kotler, 2008). Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis yaitu untuk memenuhi setiap konsumen yang menggunakan produk bisnis kita merasa puas. Beberapa pakar dan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya mengemukakan bahwa faktor penentu kepuasan konsumen adalah *service quality* dan *price*. *Price* atau harga adalah sejumlah nilai uang (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) digunakan untuk mendapatkan beberapa kombinasi dari produk layanannya (Swasta dan Suktojo, 2002).

Menurut informasi yang didapat dari media online MyPangandaran, jumlah hotel yang tercatat saat ini adalah sebanyak 195 hotel. Jumlah hotel di Pangandaran sangat banyak sehingga menyebabkan hotel menerapkan berbagai strategi pemasaran guna untuk menarik perhatian dan minat konsumen, dari pada itu juga agar kepuasan konsumen hotel dapat tercapai.

Krisna Beach Hotel adalah salah satu hotel berbintang yang berada di Pangandaran. Krisna Beach Hotel Pangandaran ini bertempat di Jalan Pantai Barat No. 21 Pangandaran. Kebijakan pengambilan suatu keputusan dalam pelayanan dan penentuan harga adalah sesuatu yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan yang berjalan dalam bidang jasa. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka akan berpengaruh pada menurunnya kepuasan konsumen yang akhirnya dapat menyebabkan perginya atau berpalingnya konsumen ke hotel yang lain.

Dilansir dari Harapan Rakyat.com pada tahun 2018 Krisna Beach Hotel masuk kedalam salah satu hotel terbaik dan terfavorit di Pangandaran. Selain dari pada itu lokasi dari hotel tersebut langsung menghadap pesisir pantai, bentuk dan desain dari Hotel Krisna memiliki bentuk menyerupai kapal pesiar yang menjadikannya satu – satunya hotel yang memiliki desain yang unik berbeda dengan hotel di Pangandaran pada umumnya.

Krisna Beach Hotel mempunyai fasilitas seperti *playground, swimming pool, meeting room, music stage, restaurant, view beach, fine dining room, corner beverage counter, kedai krisna, parking area*. Jumlah keseluruhan kamar hotel yang tersedia adalah berjumlah 73 kamar yang memiliki harga berbeda setiap tipenya dan krisna beach hotel mematok harga yang cukup tinggi untuk setiap tipe kamar, tetapi apakah harga tersebut sesuai dengan pelayanan atau *service* yang diberikan. Daftar harga hotel yang tertera dalam tabel 1.2 dibawah ini :

**Tabel 1.2**

**Tipe, Harga dan Jumlah Kamar Krisna Beach Hotel**

<i>Room Rate</i>	<b>Harga</b>	<b>Fasilitas</b>
<i>Executive Suite Room</i> (2 Bed 180 x 200)	Rp. 1.650.000,-	TV, AC, Water Heater, Coffe Maker, Refrigerator, Bathub, & View Beach
<i>Excecutive Room</i> (1 Bed 180 x 200)	Rp. 1.350.000,-	TV, Water Heater, Coffe Maker, Refrigerator & View Beach
<i>Deluxe Twin Room</i> (2 Bed 180 x 200)	Rp. 1.200.000,-	TV, AC, Water Heater & Coffe Maker
<i>Superior Twin Room</i> (2 Bed 160 x 200)	Rp. 900.000,-	TV, AC, Water Heater & Coffe Maker
<i>Standard Queen Room</i> (1 Bed 160 x 200)	Rp. 765.000,-	TV, AC, Water Heater & Coffe Maker

Sumber : Krisna Beach Hotel (Data diolah oleh peneliti)

Harga adalah sejumlah atau nilai yang diperlukan untuk mendapatkan beberapa kombinasi dari sebuah produk dan jasa yang menyertainya (Stanton, 1999). Harga juga merupakan faktor penting karena bisa jadi penentu untuk permintaan pasar. Selain itu untuk mencapai kepuasan konsumen harga yang diterapkan harus sesuai dengan harapan konsumen.

Dikutip dari situs web traveloka adanya konsumen yang merasa kurang puas dengan harga yang diberikan oleh pihak hotel, tidak sesuai dengan pelayanan ataupun fasilitas yang diberikan. Harga yang ditetapkan oleh Krisna Beach Hotel cukup tinggi dibandingkan dengan hotel lainnya yang memiliki servis atau pelayanan yang sama. Tetapi baiknya pihak hotel lebih memberi perhatian pada

lingkungan pasar supaya dapat menarik lebih banyak konsumen. Karena harga mempunyai permasalahan sehingga mengakibatkan harapan konsumen tidak terpenuhi, dalam hal ini kepuasan konsumen belum dapat tercapai. Berikut adalah tabel perbandingan harga hotel lain yang memiliki fasilitas seperti Krisna Beach Hotel :

**Tabel 1.3**  
**Perbandingan Harga**

<b>Hotel</b>	<b>Harga Kamar</b>
Sun In Pangandaran	Rp. 392.000,- - Rp. 649.000,-
The Arnawa Hotel	Rp. 667.000,- - Rp. 846.000,-
Nyiur Resort	Rp. 412.700,- - Rp. 606.000,-
Krisna Beach Hotel	Rp. 765.000,- - Rp. 1.650.000,-

Sumber : Krisna Beach Hotel (Data diolah oleh peneliti)

Menurut Tjiptono (2004), kualitas pelayanan merupakan suatu keunggulan yang diharapkan oleh konsumen dan pengendalian atas tingkat pengontrolannya untuk memenuhi keinginan konsumen. Jadi definisi kualitas pelayanan yang dapat diartikan sebagai segala macam usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Terdapat beberapa keluhan yang dilakukan konsumen pada media online, yaitu pada aplikasi traveloka yang membahas tentang pelayanan yang belum memuaskan dan fasilitas yang disediakan oleh hotel sebagian tidak berfungsi dengan efektif. Contoh keluhan diantaranya adalah : keluhan terhadap tempat dan petugas parkir, waktu *check in* yang lama, kamar mandi yang kurang bersih dan beberapa fasilitas kamar yang kondisinya tidak optimal.

Dalam hal ini menyebabkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap *service* atau pelayanan yang diberikan pihak hotel, dalam hal ini dapat menyebabkan hilangnya rasa kepercayaan konsumen terhadap hotel krisna. Jika hal tersebut maka pihak hotel telah gagal dalam mempertahankan konsumen yang berpotensi dalam mendatangkan *income* dikemudian hari.

Akibat dari harga dan kualitas pelayanan yang tidak mampu menciptakan kepuasan konsumen maka bisa jadi konsumen tidak menggunakan kembali jasa Krisna Beach Hotel, sehingga jumlah pengunjung Krisna Beach Hotel cenderung fluktuatif, pada tabel berikutnya menunjukkan data pengunjung bulan Juli – Desember Krisna Beach Hotel yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Pengunjung Krisna Beach Hotel Pangandaran**  
**Bulan Juli – Desember 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
Juli	739 Orang
Agustus	390 Orang
September	426 Orang
Oktober	472 Orang
November	632 Orang
Desember	988 Orang

Sumber : Krisna Beach Hotel (Data diolah oleh peneliti)

Menurut tabel pengunjung diatas, bisa terlihat bahwa pengunjung yang menginap di Krisna Beach Hotel pada bulan agustus mengalami penurunan yang cukup besar dari bulan sebelumnya, akan tetapi dari penurunan pada bulan agustus, bulan – bulan selanjutnya mengalami kenaikan jumlah pengunjung yang cukup signifikan, perusahaan harus mengetahui apa yang mempengaruhi terjadinya penurunan jumlah pengunjung pada bulan juli. Perusahaan harus memperhatikan dengan cara menganalisis keluhan – keluhan konsumen terhadap pelayanan dan

harga yang telah diberikan dan pada bulan selanjutnya perusahaan harus mengetahui apakah pelayanan dan harga telah memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan peneliti lebih lanjut dan akan dituangkan dalam sebuah skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Krisna Beach Hotel Pangandaran”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Tingginya persaingan antar hotel di Pangandaran.
2. Konsumen Krisna Beach Hotel fluktuatif.
3. Harga yang diberikan oleh Hotel Krisna memiliki perbandingan yang cukup besar dengan hotel lain yang memiliki fasilitas sama.
4. Permasalahan pada kualitas pelayanan adalah waktu.
5. Fasilitas kamar ada yang tidak bekerja secara optimal.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Krisna Beach Hotel ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Krisna Beach Hotel Pangandaran ?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Krisna Beach Hotel ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah seperti diatas maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Krisna Beach Hotel.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Krisna Beach Hotel.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Krisna Beach Hotel.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Praktis**

###### a. Bagi Institusi

Sebagai modal atau bahan tambahan bagi calon – calon pengembangan pendidikan dan praktisi khususnya di konsentrasi pemasaran dan jurusan lain yang berhubungan.

###### b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan untuk bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, serta membagi beberapa pengalaman yang mungkin bisa diimplementasikan oleh perusahaan/industri lain.

##### **2. Manfaat Teoritis**

###### a. Bagi Peneliti

Untuk mengasah intelektualitas peneliti serta pengimplementasian teori yang telah diperoleh peneliti selama mengikuti perkuliahan dalam praktek yang sesungguhnya dan menambah pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

###### b. Bagi Pihak Lain

Memberikan pengetahuan tentang perkembangan ilmu pengetahuan. Dari pada itu juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi dikemudian hari ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama.



## **F. Kerangka Pemikiran**

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang atau nilai yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan dan memiliki suatu produk atau layanan. Harga bertujuan untuk menetapkan nilai atas suatu pelayanan yang telah diberikan dengan mempertimbangkan beberapa kebijakan, harga juga harus disesuaikan dengan pangsa pasar yang tersedia. Penetapan sebuah harga harus dilakukan secara bijak karena konsumen cenderung menginginkan harga yang relatif rendah dengan kualitas yang baik.

Menurut Kotler (2000) kualitas pelayanan merupakan setiap perlakuan atau tindakan yang bisa ditawarkan dari satu pihak lain, yang pada umumnya tidak memiliki wujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun. Tujuan dari kualitas pelayanan adalah sebagai fungsi untuk memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi. Setelah harapan konsumen terpenuhi maka akan tercapainya kepuasan konsumen. Dan dampaknya untuk perusahaan akan mendapatkan laba maksimum.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah sebuah respond atau tanggapan seorang konsumen mengenai pemenuhan kebutuhannya, kepuasan merupakan suatu penilaian terhadap ciri dan keistimewaan suatu produk atau jasa yang telah diberikan memenuhi tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Maka, perusahaan melakukan strategi pemasaran kualitas pelayanan dan harga untuk mencapai harapan konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen. Ketika tingkat kepuasan konsumen telah tercapai maka akan terciptanya konsumen yang loyal, secara tidak langsung akan terciptanya citra perusahaan yang baik, sehingga bisa menciptakan pendapatan yang akan datang, karena ketika konsumen merasa puas atas kinerja kita maka konsumen tersebut tidak akan ragu untuk memakai jasa perusahaan lagi.

## **1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Harga menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012) merupakan sejumlah uang atau nilai yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan dan memiliki suatu produk atau layanan. Harga memiliki daya tarik tersendiri terhadap konsumen, karena konsumen cenderung merasa puas jika harga yang ditetapkan relative rendah tetapi memiliki kualitas baik. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Merliana Ulfiana Rahayu (2018) yaitu (Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Bintang Redante Kabupaten Garut), harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan kepada Kepuasan Konsumen.

Menurut Sindoro (2012) harga memiliki dimensi sebagai berikut :

### **1. Keterjangkauan harga**

Maksud dari keterjangkauan harga adalah seorang konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh sebuah perusahaan. Produk biasanya memiliki beberapa jenis dan juga harganya berbeda misalkan dari yang termurah sampai termahal.

### **2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk**

Dari sudut pandang konsumen harga sering dijadikan salah satu indikator kualitas, orang sering memilih harga yang lebih tinggi karena melihat adanya perbedaan dari segi kualitas. Ketika harga lebih tinggi maka orang akan beranggapan kualitasnya juga lebih baik.

### **3. Kesesuaian harga dengan manfaat**

Konsumen akan memutuskan membeli ketika manfaat yang dirasakan besar atau sama dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

### **4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga**

Ketika akan membeli suatu produk konsumen pasti akan membandingkan harga suatu produk dengan produk yang lain, mahal murahnya suatu produk akan dipertimbangkan oleh konsumen pada saat memutuskan membeli produk tersebut.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2000) kualitas pelayanan merupakan setiap perlakuan atau tindakan yang bisa ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lain, yang pada umumnya tidak memiliki wujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan, ketika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Windi Andriani (2017) yaitu (Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian : studi pada waroeng steak and shake Dipatiukur Bandung). Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ada beberapa dimensi yang dikemukakan oleh Tjiptono (2008) yaitu :

1. Berwujud  
Adalah kemampuan dalam menunjukkan kehadirannya dalam kepada pihak luar. Yaitu berupa penampilan serta kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan yang bisa digunakan dan bukti riil dari sebuah
2. Keandalan  
Suatu Kemampuan yang harus dimiliki perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan perusahaan. Kinerja juga harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.
3. Ketanggapan  
Sebuah kebijakan yang ditetapkan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada konsumen dengan penyampaian suatu informasi dengan jelas.
4. Jaminan dan Kepastian  
Adalah sebuah pengetahuan, etika dan kehandalan para karyawan perusahaan yang bertujuan agar konsumen memiliki rasa percaya.
5. Empati  
Empati memiliki makna pemberian perhatian dengan tulus dan bersifat individual atau pribadi yang ditujukan kepada konsumen dengan cara berupaya untuk memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

### **3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Harga dan Kualitas Pelayanan jika diterapkan oleh perusahaan tepat pada sasaran dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen dalam memakai produk atau jasa perusahaan, sehingga tingkat kepuasan konsumen dapat tercapai. Kepuasan konsumen menurut Zeithaml dan Bitner (2000) kepuasan konsumen adalah sebuah respond atau tanggapan seorang konsumen mengenai pemenuhan kebutuhannya, kepuasan merupakan suatu penilaian terhadap ciri dan keistimewaan suatu produk atau jasa yang telah diberikan memenuhi tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rizka Anindita Pangesti (2016) yaitu (Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Uni Beach), harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Irawan (2004), terdapat lima dimensi yaitu sebagai berikut :

1. *Price* (Harga)

Harga merupakan faktor yang sensitif bagi konsumen karena tidak jarang harga yang rendah atau murah menjadi faktor penting bagi pemenuhan kepuasan pelanggan tersebut.

2. *Service Quality* (Kualitas Pelayanan)

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sulit untuk ditiru karena pembentukan sebuah etika dan keahlian yang berjalan seiring dengan kemauan perusahaan bukan salah satu pekerjaan yang mudah.

3. *Product Quality* (Kualitas Produk)

Konsumen akan merasa puas terhadap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, jika produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

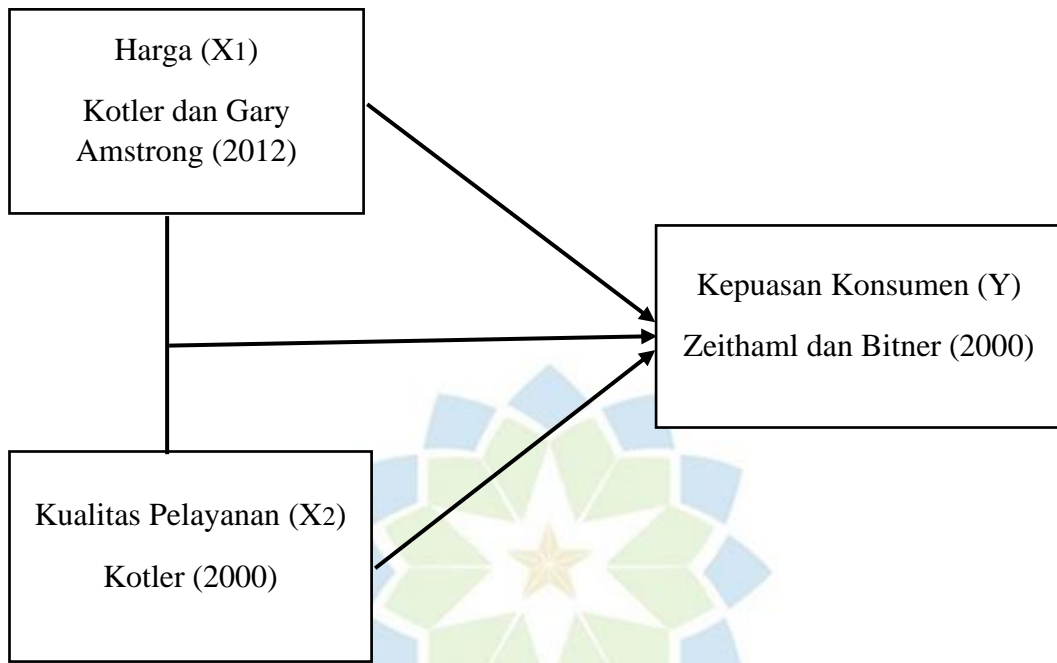
4. *Emotional Factor* (Faktor Emosi)

Suatu perasaan yang ditunjukkan oleh seorang konsumen ketika merasakan kepuasan yang didapat dalam memakai dan menggunakan produk atau jasa yang menimbulkan rasa percaya diri pemakaiannya.

5. *Efficiency*

Kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam hal transaksi bisa membuat pelanggan menjadi semakin puas.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2020)

Penelitian terdahulu adalah salah satu atau acuan yang berupa hasil dari temuan – temuan atau teori – teori dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, merupakan sebuah hal yang sangat amat akan bermanfaat sebagai bahan acuan. Data pendukung yang menurut peneliti perlu memiliki bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dan keterkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Berdasar pada penelitian yang telah dilakukan terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berikut ini adalah penelitian – penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

**Tabel 1.5**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>	<b>Analisis Perbandingan</b>
1.	Merliana Ulfiana Rahayu (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Bintang Redante Kabupaten Garut	Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y1)	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen	Dari penelitian terdahulu dan yang sekarang sedang dilakukan memiliki kesamaan dalam variabel X1, X2 dan Y
2.	Rizka Anindita Pangesti (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Uni Beach Hotel Pangandaran	Variabel Independen : Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga Variabel Dependen : Kepuasan Konsumen	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikasi sebesar 0,05.	Dari penelitian terdahulu dan yang sekarang sedang dilakukan memiliki kesamaan pada variabel Independen dan Dependen perbedaannya terdapat pada objeknya.

3.	Anjani Puspasari Hamzah (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sukarajin Soreang	Variabel Independen : kualitas pelayanan dan lokasi Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan	Dari hasil penelitian pada uji kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dengan signifikansi 0,22	Dari penelitian ini terdapat persamaan pada (X1) dan Y dan perbedaannya terdapat pada (X2) dan pada objeknya.
4.	Ganjar Santika (2016)	Pengaruh Biaya Promosi dan Kualitas Layanan terhadap peningkatan dana pihak ketiga pada Bank syariah mandiri cabang ciamis.	Variabel Independen : Biaya Promosi dan Kualitas Layanan Variabel Dependen : Peningkatan dana pihak ketiga	Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap perolehan dana pihak ketiga karena berdasarkan analisis uji t hanya diperoleh sebesar 0,779 sedangkan t tabel sebesar 2,048. Dan secara simultan biaya promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan	Dari penelitian ini terdapat persamaan hanya pada kualitas layanan dan perbedaannya ada pada biaya promosi, Y dan pada objeknya.

				terhadap dana pihak ketiga	
5.	Ita Septiani (2017)	Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada pengguna jasa kereta api Argo Parahyangan DAOP II Bandung)	Variabel Independen : kualitas pelayanan dan harga tiket Variabel Devenden : Kepuasan Pelanggan	Hasil dari penelitian terdahulu ini menyatakan bahwa secara parsial yang berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan hanya satu variabel yaitu hanya kualitas pelayanan. Sedangkan secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket menunjukkan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan R-square sebesar 35,1%.	Terdapat persamaan pada penelitian terdahulu ini yaitu variabel independen dan variabel dependennya. Perbedaannya terdapat pada objeknya



6.	Windi Andriani (2017)	Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Waroeng Steak and Shake Dipatiukur Bandung.	Variabel Independen : Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	Dari hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi lokasi yaitu sebesar 0,000 lebih besar dari 0,05, harga dengan nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05 dan kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05.	variabel dependen yaitu kualitas pelayanan dan harga dan perbedaannya terdapat pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
----	-----------------------	---	---	--	--

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2020)

## **G. Hipotesis**

Berdasarkan pada analisis pada teori – teori diatas, maka peneliti menarik hipotesis sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Krisna Beach Hotel Pangandaran
- H<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Krisna Beach Hotel Pangandaran
- H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan pada Konsumen Krisna Beach Hotel Pangandaran

