

# *Jurnal Ilmiah* **ZONA MANAJERIAL**

**Volume 7, Nomor 2, Agustus 2017**

**ISSN : 2087-7331**

Determinasi Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Barakah Pantai Melayu Batam.

**E. Kurniawan C. Saputra | Chablullah Wibisono**

Determinasi Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kepulauan Riau.

**Nina Anggraeni | Ngaliman**

Determinasi Mutasi Kerja, Kompensasi dan Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan di PT. BPR Dana Nusantara.

**Vita Anggraeni | Jemmy Rumengan**

Efek Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Trans Panorama Wisata.

**Anggi Rumaepa | Bambang Satriawan**

Efek Budaya Organisasi, Kompetensi dan Kompensasi Terhadap Prestasi Kerja Personil Polisi Dibagian Ditsabhara Polda Kepulauan Riau.

**Kristie Sugama Manurung | Diana Titik Windayati**

Budaya Organisasi, Komunikasi dan Motivasi Sebagai Determinasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Batam Kota.

**Ranisa Eka Lestari Putri | Sri Yanti**

Determinasi Pelatihan, Kompetensi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pemuda dan Olahraga Kota Batam.

**Indrayani**

Pengaruh Fasilitas, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hana Hotel Batam.

**Mia Audina Meilinda | Sri Langgeng Ratnasari**

Efek Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Alfa Scorpii Bengkulu Batam.

**Silvia Revana Auzar**

Efek Kualitas Kontruksi, Pelayanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan Rumah di PT. Adi Bintang Permata Batam.

**Nurhayati | Andi M. Lutfi**

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)  
Universitas Batam**

# JURNAL ILMIAH

## “ZONA MANAJERIAL”

### ISSN 2087-7331

**Frekuensi Terbitan :**

Zona Sipil Pertama kali Terbit Pada Bulan Desember 2010 dengan frekuensi terbitan 2 (dua) kali dalam 1 tahun dan di bulan April Tahun 2012 frekuensi terbitan Zona Sipil menjadi 3 (tiga) kali dalam 1 tahun, yaitu di bulan April, Agustus dan Desember.

**Diterbitkan oleh :**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
(LPPM) Universitas Batam.

**Alamat Redaksi :**

**UNIVERSITAS BATAM**  
Jl. Abulyatama No 5, Batam 29464  
Telepon & Fax (0778) 7485055, 7785054  
Home Page: <http://www.univbatam.ac.id>  
<http://lppm.univbatam.ac.id>  
Email : [univbatam1@gmail.com](mailto:univbatam1@gmail.com)

**Pelindung :**

**(Rektor Universitas Batam):**

Prof. Dr. Ir. Novirman Jamarun, MSc

**Penanggung jawab:**

Dekan Fakultas Ekonomi

**Pemimpin Redaksi :**

Prof. Dr. Jemmy R. S.E., M.M

**Redaksi ahli :**

Prof. Dr. Yunazar Manjang, M.S. (UNAND)  
Dr. Ir. H. Chablullah Wibisono, M.M. (UNIBA)  
Dr. Ir. Wan Darussalam (UNIBA)

**Redaksi pelaksana :**

Nona Jane Onoyi, S.E., M.M.  
Andi M. Lutfi, S.E., M.Si.

**Editor :**

H. Ngaliman, S.E., M.Si.  
Bambang Satriawan, S.E., M.Ak.  
Sri Yanti, S.E., M.Si.

**Sekretaris :**

Nolla Puspita Dewi, S.E., M.Ak.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur Alhamdulillah dengan Rahmat dan Karunia Allah SWT telah terbit Jurnal Ilmiah Zona Manajerial Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batam, Volume 7 No. 2 Agustus 2017, yang berisi tentang hasil penelitian maupun berupa tulisan ilmiah populer yang dilakukan mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Batam, maupun diluar Universitas Batam.

Kami mengharapkan untuk terbitan yang selanjutnya mahasiswa dan dosen dapat meningkatkan kualitas publikasi karya ilmiah, yang sesuai dengan kaidah penulisan jurnal ilmiah.

Pada kesempatan ini Redaksi mengucapkan terimakasih kepada dosen yang telah berpartisipasi dalam penulisan Zona Manajerial terutama pada Volume 7 No 2 Agustus 2017 dan untuk kesempurnaan jurnal ini kritikan dan saran sangat diharapkan.

Wabillahitaufig Walhidayah  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam,

**Redaksi**

**JURNAL ILMIAH ZONA MANAJERIAL**  
**VOLUME 7 NOMOR 2, AGUSTUS 2017.**  
**ISSN : 2087-7331**

<b>DAFTAR ISI</b>		<b>Halaman</b>
1	Determinasi Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Barakah Pantai Melayu Batam. <i>E. Kurniawan C. Saputra</i> <i>Chablullah Wibisono</i>	1-16
2	Determinasi Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kepulauan Riau. <i>Nina Anggraeni</i> <i>Ngaliman</i>	17-26
3	Determinasi Mutasi Kerja, Kompensasi dan Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan di PT. BPR Dana Nusantara Batam. <i>Vita Anggraeni</i> <i>Jemmy Rumengan</i>	27-36
4	Efek Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Trans Panorama Wisata. <i>Anggi Rumapea</i> <i>Bambang Satriawan</i>	37-48
5	Efek Budaya Organisasi, Kompetensi dan Kompensasi Terhadap Prestasi Kerja Personil Polisi Dibagian Ditsabhara Polda Kepri. <i>Kristie Sugama Manurung</i> <i>Diana Tiitik Windayati</i>	49-65
6	Budaya Organisasi, Komunikasi dan Motivasi Sebagai Determinasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Batam Kota. <i>Ranisa Eka Lestari Putri</i> <i>Sri Yanti</i>	66-78
7	Determinasi Pelatihan, Kompetensi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pemuda dan Olahraga Kota Batam. <i>Indrayani</i>	79-89
8	Pengaruh Fasilitas, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hana Hotel Batam. <i>Mia Audina Meilinda</i> <i>Sri Langgeng Ratnasari</i>	90-99
9	Efek Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Alfa Scorpii Bengkong Batam. <i>Silvia Revana Auzar</i>	100-112
10	Efek Kualitas Kontruksi, Pelayanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan Rumah di PT. Adi Bintang Permata Batam. <i>Nurhayati</i> <i>Andi M. Lutfi</i>	113-126

## **PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HANA HOTEL BATAM**

**Mia Audina Meilinda dan Sri Langgeng Ratnasari**

Department of Management, Faculty of Economics

Universitas Batam, Indonesia

Komplek UNIBA Batam Center-Batam, 29464, Phone : 0778-7485055

miaaudina@yahoo.com; sarisucahyo@yahoo.com

### ***ABSTRACT***

*Hotel firms began compelled to further strengthen the basis of the strategy with concepts such as customer focused or market oriented culture to still be able to access the market profitably and ensure sustainable growth. The purpose of this study is as follows: first to determine the effect the facility partially on customer satisfaction Hotel Batam. The second to determine the effect on the price of partially towards customer satisfaction Hotel Batam. Third to determine the effect Citra hotel partially towards customer satisfaction Hotel Batam. Fourth to determine the effect on the amenities, price and image simultaneously on customer satisfaction Hotel Batam. From result research and discussion on the Effect of amenities, price and image on customer satisfaction Hotel Batam then obtained the following conclusions: first that the variable facility has an influence on customer satisfaction in Hotel Batam. The second that the price variable has an influence on customer satisfaction in Hotel Batam. Third that the variable image has an influence on customer satisfaction in Hotel Batam. Fourth F count was 179.044 with Sig0,000 <  $\alpha$ 0,05 and the coefficient of influence or R2 of 0,868 or 86,6%. 86,6% means that the performance of the research is affected facilities, price and image. While the remaining 13,2% is influenced by other variables that are not the focus of this study. Thus these data suggest a significant means There is influence amenities, price and image simultaneously on Customer Satisfaction Hotel Batam.*

*Keyword: Influence, Amenities, Price, Image and Customer Satisfaction*

---

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan-perusahaan perhotelan mulai terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep-konsep seperti *customer focused* atau *market oriented culture* untuk tetap dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Meningkatkan kepentingan tentang kepuasan

nasabah, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menuntut efektifitas strategi pemasaran untuk mermepertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui fasilitas yang diberikan oleh hotel kepada para

pelanggannya. Semakin baik fasilitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap hotel tersebut. Tingginya fasilitas yang diberikan juga tidak lepas dari dukungan internal hotel.

Disamping meningkatkan nilai kepuasan pelanggan hotel juga tidak bisa melupakan harga produknya. Dengan banyaknya persaingan hotel dikota batam dengan memberikan fasilitas dengan harga yang diberikan masing-masing hotel berbeda juga, jenis produknya sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk sehingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui berpengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.
2. Untuk mengetahui berpengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.
3. Untuk mengetahui berpengaruh Citra hotel secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.
4. Untuk mengetahui berpengaruh fasilitas, harga dan Citra secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.

## **KAJIAN TEORI DAN METODE**

### **Fasilitas**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2007:24).

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, makasegala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Sedangkan menurut Kotler (2009: 34) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Menurut Tjiptono (2006: 24) desain dan tata letak fasilitas jasaerat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

### **Harga**

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk / jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk / jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2009:439). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan

pendapatan bagi organisasi (Tjiptono, 2009:178).

Konsumen sangat tergantung pada harga sebagai indikator kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan beli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap.

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring perubahan yang terjadi pada harga. Konsep yang lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan.

### **Citra**

Dimensi-dimensi citra merk seperti yang dikemukakan oleh Martinez dan Chernatony (2009: 45), yaitu knowledge or familiarity with the brand dan the fit of the brand. Pengetahuan (knowledge) dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam memori konsumen. Adapun fit disini dimaksudkan sebagai konsistensi yang didapatkan konsumen antara merk produk baru dengan merk produk asal (Parent Brand).

Menurut Kotler dan Keller (2007 : 346) citra merk adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Sedangkan menurut Fandy (2008:49) “brand

image merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen tentang merek tertentu”.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fornell dalam Rambat Lopiyoadi & A. Hamdani (2011:192), banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan/alami terhadap harapannya Kotler (dalam Tjiptono, 2008:169).

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dicapai ketika keistimewaan produk merespon kebutuhan pelanggan adanya kekurangan produk dapat menyebabkan pelanggan tidak puas sehingga menimbulkan reaksi, seperti komplain, pengembalian produk dan lain-lain.

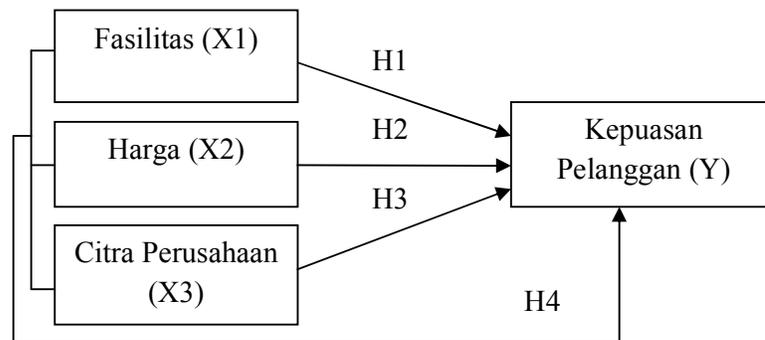
### **Metode**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, sementara jenis penelitiannya adalah survei sedangkan metodenya yakni

metode kuantitatif dengan alat analisa data menggunakan regresi liner berganda. Data dikumpulkan melalui pengisian angket atau kuesioner. Melalui penelitian ini diharapkan dapat di ketahui pengaruh pemsaran relasional dan loyalitas

terhadap kepuasan konsumen pada Hana Hotel Batam.

Penelitian disebut *explanatory research* karena bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesis. Model penelitian sebagaimana Gambar 1.



**Gambar 1. Model Penelitian**

### **Populasi, Sampel, Besar Sampel, dan Penarikan Sampel**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Hana Hotel selama tahun 2015 sebanyak 620 pelanggan. Sampel menurut Sugiyono (2007:91) adalah : “Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam menentukan ukuran sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria-kriteria tertentu. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin yang didasarkan atas tingkat presisi 10 % didapat sampel sebesar 86 orang responden yang dapat mewakili populasi

### **Prosedur Pengumpulan Data**

Data penelitian adalah data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner. Bersama kuisisioner dilampirkan surat yang menjelaskan maksud dan tujuan pengisian kuisisioner dan waktu pengembalian kuisisioner yang telah diisi oleh responden. Teknik penyerahan kuisisioner peneliti terjun langsung untuk menyebarkan kuisisioner dan mengambilnya langsung. Teknik ini lebih baik dibandingkan dengan melalui perantara karena dapat memperkecil perbedaan interpretasi antara responden dengan peneliti. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sampel Penelitian

Responden terdiri dari 86 responden, terbagi menjadi jenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang (58.14%), sedangkan responden yang jenis

kelamin perempuan sebanyak 36 orang (41.86%).

### Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini didasarkan atas pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SPSS.

### Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Dimensi	Butir Pertanyaan	Nilai Korelasi	r tabel	Keterangan
Fasilitas (X1)	1	0.41	0,213	Valid
	2	0.78	0,213	Valid
	3	0.74	0,213	Valid
	4	0.73	0,213	Valid
	5	0.59	0,213	Valid
	6	0.47	0,213	Valid
Harga (X2)	1	0.51	0,213	Valid
	2	0.73	0,213	Valid
	3	0.44	0,213	Valid
	4	0.62	0,213	Valid
	5	0.76	0,213	Valid
	6	0.64	0,213	Valid
Citra (X3)	1	0.71	0,213	Valid
	2	0.75	0,213	Valid
	3	0.77	0,213	Valid
	4	0.75	0,213	Valid
	5	0.74	0,213	Valid
	6	0.78	0,213	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	1	0.70	0,213	Valid
	2	0.83	0,213	Valid
	3	0.52	0,213	Valid
	4	0.60	0,213	Valid
	5	0.83	0,213	Valid
	6	0.88	0,213	Valid

Dari semua pernyataan untuk masing-masing variabel (Fasilitas, Harga, Citra dan Kepuasan Kerja) menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$ , sehingga dapat dikatakan semua konsep

pengukur semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau dalam artian data yang digunakan dalam penelitian ini tepat, memiliki kesesuaian yang tinggi dengan kenyataan yang ada dan memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 2 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Butir Pertanyaan	Cronbach Alpha	Batas Penerimaan	Keterangan
Fasilitas(X1)	6	0.687	0,60	Realibel
harga ( X2)	6	0.667	0,60	Realibel
Citra (X3)	6	0.843	0,60	Realibel
Kepuasan pelanggan (Y)	6	0,824	0,60	Realibel

Berdasarkan Tabel 2 diatas, nilai *Alpha Cronbach's* untuk masing-masing variabel diatas 0,6 maka sangat reliabel.

**Uji Multikolinearitas**

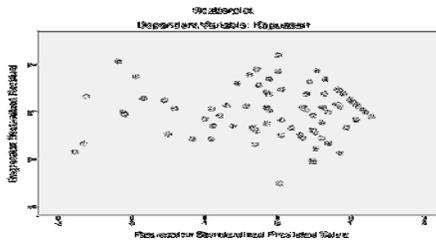
**Tabel 3 Uji Multikolinearitas**

Model		Correlations			Collinearity Statistis	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Fasilitas	.869	.541	.234	.333	3.003
	Harga	.839	.383	.151	.331	3.022
	Citra	.845	.508	.215	.379	2.638

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari Fasilitas sebesar 3,003, untuk Harga sebesar 3,002 dan Citra sebesar

2,683. Hasil ini menunjukkan variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

**Uji Heterokedastisitas**

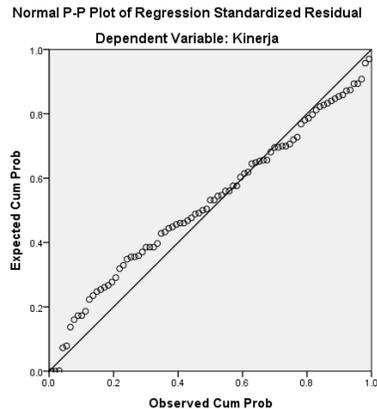


**Gambar 2 Uji Heterokedastisitas**

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heterokeastisitas dikarenakan titik-

titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

## Uji Normalitas



**Gambar 3 Uji Normalitas**

Dari gambar *Probability Plot* diperoleh bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4 Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.239	1.353		3.132	.000		
Fasilitas	.493	.085	.405	5.820	.000	.333	3.003
Harga	.319	.085	.263	3.750	.000	.331	3.022
Citra	.340	.064	.349	5.346	.000	.379	2.638

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = -4.239 + 0,493X_1 + 0,319X_2 + 0,340X_3 + e$$

- Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berhubungan terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel fasilitas berada dibawah standar, artinya variabel ini berhubungan terhadap variabel dependen. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 5.820 > 1,663 jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.

2. Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berhubungan terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel fasilitas berada dibawah standar, artinya variabel ini berhubungan terhadap variabel dependen. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 3,750 > 1,663 jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.
3. Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berhubungan terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel citra berada dibawah standar, artinya variabel ini berhubungan terhadap variabel dependen. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 5,346 > 1,663 jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh yang signifikan antara citra dengan secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.

### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

**Tabel 5 Uji Statistik F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1307.600	3	435.867	179.044	.000 <sup>b</sup>
	Residual	199.621	82	2.434		
	Total	1507.221	85			

Jika nilai probabilitas F (Sig) pada tabel Anova <  $\alpha_{0,05}$ , maka Ho ditolak. Namun jika probabilitas Sig >  $\alpha_{0,05}$  maka Ho diterima. Dari hasil penelitian diperoleh Nilai F hitung adalah 179.044 dengan Sig<sub>0,000</sub> <  $\alpha_{0,05}$  dan Pada Tabel 4.14 menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> sebesar 0, 868 atau 86,8%. Dapat diartikan bahwa 86,8% kepuasan pelanggan pada

penelitian dipengaruhi Perencanaan, Harga dan citra. Sedangkan sisanya 13,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini. Maka dari data ini menunjukkan H3 diterima berarti Ada pengaruh yang signifikan fasilitas, harga dan citra secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistic					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.931	.868	.863	1.5602	.868	179.044	3	82	.000	1.987

Pada Tabel 6 menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> sebesar 0,868 atau 86,8%. Dapat diartikan bahwa 86,8% kepuasan pelanggan pada penelitian dipengaruhi Perencanaan, Harga dan citra. Sedangkan sisanya 13,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

**KESIMPULAN**

Dari hasil analisa disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam

1. Dari hasil analisa disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam.
2. Dari hasil analisa disimpulkan bahwa variabel citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam.
3. Dari hasil penelitian diperoleh Nilai F hitung adalah 179.044 dengan Sig<sub>0,000</sub> < α<sub>0,05</sub> dan koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> sebesar 0, 868 atau 86,8%. Dapat diartikan bahwa 86,8% kepuasan pelanggan pada penelitian dipengaruhi Perencanaan, Harga dan citra. Sedangkan sisanya 13,2%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini. Maka dari data ini menunjukkan H3 diterima berarti Ada pengaruh yang signifikan fasilitas, harga dan citra secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan Hana Hotel Batam

**REKOMENDASI**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya maka beberapa saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya fasilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam, maka hotel harus dapat selalu memperhatikan variabel fasilitas ini agar kepuasan pelanggan di hotel ini meningkat.
2. Dengan adanya harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam, maka hotel harus dapat selalu memperhatikan variabel harga ini agar kepuasan pelanggan di hotel ini meningkat.
3. Dengan adanya citra memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hana Hotel Batam, maka hotel harus dapat selalu

memperhatikan variabel citra ini agar kepuasan pelanggan di hotel ini meningkat.

#### REFERENSI

- Ali, Hasan. 2008. Marketing , Yogyakarta, MeddPress,.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta : PT. Rineke Cipta.
- Basu Swastha. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Buchari , Alma, 2009.,Manajem en Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.
- Dita Amanah (2010),” Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan” (Jurnal Keungan & Bisnis, Volume 2 No.1, Maret 2010).
- Erly Suandy, 2006. Perencanaan Pajak, Jakarta: Salemba Empat.
- Endang Tjahjaningsih (2014),” Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang)” (e-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Administrasi Pendidikan (Volume 5 Tahun 2014).
- Faisal, 2006 pengaruh insentif dan fasilitas kerja terhadap produktivitas karyawan. Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama
- Florencia T. Sia 2013. Analisa Pengaruh *Price, Service Quality, Dan Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Konsumen Ipo Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran vol. 1, no. 1, (2013) 1-8
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan program SPSS, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermann, et, al. 2007, “*The social influence of brand community: evidence from European car clubs*”, *Journal of Marketing*, Vol. 69, p 19 - 34
- Hilton, Ronald W. 2009. *Managerial Accounting : Creating Value A Dynamic Business Environment, 7thEdition, McGraw Hill, New York.*
- J Supranto, 2007 Statistik Untuk Pemimpin Berwawasan Global, JAKARTA, Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.