

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI SOEDIRMAN GUEST HOUSE TULUNGAGUNG**



Diajukan Oleh :

NICOLAS RAYNATO CHRISTIANO
19012010377/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWATIMUR**

2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI SOEDIRMAN GUEST HOUSE TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

NICOLAS RAYNATO CHRISTIANO
19012010377/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAWATIMUR

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI SOEDIRMAN GUEST HOUSE TULUNGAGUNG**

Disusun Oleh:
NICOLAS RAYNATO CHRISTIANO
19012010377

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Juli 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Pembimbing
Pembimbing Utama


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Pembimbing Pendamping


Egan Evanzha Yudha Amriel, SM
NIP. 17119890430051

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


31 JUL 2023
Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nicolas Raynato Christiano

NPM : 19012010377

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Fasilitas terhadap
Kepuasan Konsumen di Soedirman Guest House
Tulungagung

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi Pendidikan lainnya
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik
3. Hasil karya Hasil Karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan



Nicolas Raynato Christiano

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Proposal yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung”**. Tugas Proposal ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam menyusun Tugas Proposal ini, penulis tentunya banyak menemukan kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat bimbingan, dukungan, dan pengarahan berbagai pihak akhirnya Tugas Proposal ini dapat selesai dengan baik, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih atas dukungan berupa bantuan dan bimbingan yang telah diberikan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis dalam kesempatan kali ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir . Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika, P, M.Si,CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas Proposal ini.
5. Egan Evanzha Yudha Amriel, SMN., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa

Timur yang telah membimbing dan memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas Proposal ini.

6. Orang tua dan teman – teman yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas proposal agar terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari dalam melakukan penyusunan Tugas Proposal ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan yang dimiliki penulis baik secara pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis membutuhkan adanya kritik, saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga Tugas Proposal ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi kepada semua pihak.

Surabaya, 5 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Penelitian Relevan	14
2.2 Tinjauan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	18
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran	19
2.2.2 Persepsi Harga.....	20
2.2.2.1 Pengertian Persepsi	20
2.2.2.2 Pengertian Harga.....	20
2.2.2.3 Pengertian Persepsi Harga	21
2.2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	22
2.2.2.5 Peranan Harga	23
2.2.2.6 Konsep Penetapan Harga	24

2.2.2.7	Tujuan Penetapan Harga	24
2.2.2.8	Strategi Penetapan Harga	27
2.2.2.9	Indikator Harga	28
2.2.3	Fasilitas	29
2.2.3.1	Pengertian Fasilitas	29
2.2.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas.....	30
2.2.3.3	Indikator Fasilitas.....	30
2.2.4	Kepuasan Konsumen	32
2.2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2.2.4.2	Konsep Kepuasan Konsumen	32
2.2.4.3	Elemen Kepuasan Konsumen	33
2.2.4.4	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	35
2.2.4.5	Manfaat Kepuasan Konsumen	36
2.2.4.6	Strategi Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.4.7	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	38
2.2.4.8	Indikator Kepuasan Konsumen.....	41
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1	Pengaruh Persepsi Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	41
2.3.2	Pengaruh Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen	42
2.4	Kerangka Konseptual.....	43
2.5	Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.1.1	Definisi Operasional	45
3.1.2	Pengukuran Variabel	46

3.2	Teknik Penentuan Sampel	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel.....	48
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampling	48
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data.....	49
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	50
3.4.1	Teknik Analisis	50
3.4.2	Cara Kerja PLS	51
3.4.3	Langkah-Langkah PLS.....	51
3.4.4	Alasan Menggunakan PLS.....	58
3.4.5	Ukuran Sampel.....	58
3.4.6	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1	Sejarah Singkat Soedirman Guest House	60
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	62
4.2.1	Penyebaran Kuesioner	62
4.2.2	Karakteristik Responden.....	63
4.2.3	Deskripsi Data Variabel.....	64
4.2.3.1	Variabel Persepsi Harga dan Indikator	64
4.2.3.2	Variabel Fasilitas dan Indikator	67
4.2.3.3	Variabel Kepuasan dan Indikator	68

4.3	Hasil Analisis Data	70
4.3.1	Interpelasi Hasil Olah Data PLS	70
4.3.1.1	Pengujian Model Pengukuran	70
4.3.1.2	Evaluasi Pengajuan Struktural Model.....	75
4.3.1.3	Inner Model.....	77
4.4	Pembahasan	79
4.4.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	80
4.4.2	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	81
BAB V PENUTUP		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tipe Kamar dan Price List Soedirman	7
Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Soedirman Guest House	9
Tabel 1.3 Saran dan Masukan Pengunjung Soedirman	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Harga	65
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Fasilitas	67
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	68
Tabel 4.6 Outer Loadings	71
Tabel 4.7 Cross Loading.....	72
Tabel 4.8 Average Variance Extracted.....	73
Tabel 4.9 Composite Reliability	74
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations	74
Tabel 4.11 R-Square.....	76
Tabel 4.12 Path Coefficients	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komplain Konsumen Soedirman Guest House	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penetapan Harga	19
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Konsumen	28
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Skala Likert.....	42
Gambar 3.2 Model Diagram Jalur PLS.....	48
Gambar 4.1 Outer Model Dengan Factor Loading.....	70
Gambar 4.2 Inner Model Dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstrapping ...	79

Kepuasan Konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung

**Nicolas Raynato Christiano
Sugeng Purwanto
Egan Evanzha Yudha Amriel**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
nicolasrayc@gmail.com
Corresponding Author : sugengpurwanto@mnj.upnjatim.ac.id

Abstrak

Jasa penginapan seperti hotel, guest house atau homestay merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi. Usaha penginapan dianggap sebagai industri yang menguntungkan dan mengalami perkembangan. Penataan menarik dan pelayanan prima dari jasa penginapan diharapkan dapat menarik konsumen. Demikian pula dengan harga yang bersaing dan kelengkapan fasilitas yang diberikan akan berperan penting dalam kepuasan konsumen. Soedirman Guest House merupakan salah satu penginapan yang berada di kota Tulungagung. Harga sewa kamar di Soedirman Guest House relatif terjangkau, disesuaikan dengan fasilitas memadai yang diberikan. Namun demikian, perkembangan jumlah pengunjung Soedirman Guest House setiap bulannya selalu mengalami kenaikan dan penurunan (mengalami fluktuasi). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Soedirman Guest House. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan uji validitas, uji realibilitas dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa persepsi harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen; Persepsi Harga; Fasilitas