

## **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap kepuasan konsumen Pada Grand Elty Krakatoa**

**Feriz Aftezza<sup>1</sup>, Herwanto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kalianda*

<sup>2</sup> *Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kalianda*

### **Abstrak**

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini, Bersama dengan industri teknologi dan informasi. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) yang dibagikan kepada pengunjung yang pernah menginap di Grand Elty Krakatoa, populasi pada penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah menginap di Grand Elty Krakatoa, dan pengambilan sampel pada penelitian menggunakan metode purposive sampling dengan sampel sebanyak 97 responden, uji instrument menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (H1) Nilai  $t_{hitung} 2,552 > t_{tabel} 1.661$  artinya Harga berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan konsumen. (H2) Nilai  $t_{hitung} 4,207 > t_{tabel} 1.661$  artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan konsumen (H3) Nilai  $t_{hitung} 10,280 > t_{tabel} 1.661$  artinya promosi berpengaruh positif dan Signifikan terhadap kepuasan konsumen (H4) nilai  $f_{hitung} 78,803 > f_{tabel} 2,70$  artinya harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Grand Elty Krakatoa (Study kasus tamu menginap di Grand Elty Krakatoa). Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut : harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Grand Elty Krakatoa (Study kasus tamu menginap di Grand Elty Krakatoa)

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Konsumen

## Abstract

The tourism industry is one of the largest industries and is the fastest growing service sector in the world today, along with the technology and information industry. Tourist attractions are service products offered by a service company with the hope that consumers will come to visit and enjoy the tourist attractions offered. This study aims to determine the effect of Price, Service Quality and Promotion on Consumer Satisfaction both partially and simultaneously. This study uses a quantitative research method, the data collection method uses a questionnaire distributed to visitors who have stayed at the Grand Elty Krakatoa, the population in this study were all visitors who had stayed at the Grand Elty Krakatoa, and sampling in the study used the purposive sampling method with a sample of 97 respondents, the instrument test used the validity test, reliability test, and classical assumption test, the analysis in this study used multiple linear regression. The results of this study indicate that: (H1) The t-value of 2.552 > t-table 1.661 means that price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (H2) The t-value of 4.207 > t-table 1.661 means that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (H3) The t-value of 10.280 > t-table 1.661 means that promotion has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (H4) The f-value of 78.803 > f-table 2.70 means that price, service quality and promotion simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Grand Elty Krakatoa (Case study of guests staying at Grand Elty Krakatoa). The conclusion of this study is as follows: price, service quality and promotion partially and simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Grand Elty Krakatoa (Case study of guests staying at Grand Elty Krakatoa)

**Keywords:** Price, Service Quality, Promotion, Consumer Satisfaction

Copyright (c) 2024 Feriz Aftezza

---

✉ Corresponding author :  
Email Address : [ferizaftezza@gmail.com](mailto:ferizaftezza@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini, Bersama dengan industri teknologi dan informasi. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Dalam menghadapi pesaingnya, Grand Elty Krakatoa mempunyai strategi dan ketegasan langkah dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung dan menciptakan kepuasan bagi pengunjungnya.

Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang untuk berwisata. Strategi pasar itu meliputi harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing, pelayanan yang ramah, menarik dan modern, serta ditunjang promosi yang menarik akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk berwisata di Grand Elty Krakatoa.

Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Mardia et al. (2021) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Dalam upaya peningkatan laba dan mempertahankan kelangsungan usaha, Objek Wisata Grand Elty Krakatoa menetapkan strategi yang tepat dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Berdasarkan data pengunjung

pada tahun 2023 Objek Wisata Grand Elty Krakatoa mengalami penurunan pengunjung pada bulan April, hal tersebut didasari oleh kurangnya promosi yang dilakukan. Akan tetapi pihak pengelola tidak putus asa dan kemudian melakukan promosi untuk mengatasi penurunan pengunjung dan pihak pengelola meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, hal ini diharapkan dapat mengatasi tingkat kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan.

Tabel 1. Data perkembangan jumlah pengunjung Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

| Bulan            | Jumlah Pengunjung | Perkembangan ( % ) |
|------------------|-------------------|--------------------|
| Januari          | 5816              | -                  |
| Februari         | 5350              | (8,7%)             |
| Maret            | 5364              | 0,3%               |
| April            | 5352              | (0,2%)             |
| Mei              | 5436              | 1,5%               |
| Juni             | 5482              | 0,8%               |
| Juli             | 5500              | 0,3%               |
| Agustus          | 5552              | 0,9%               |
| September        | 5662              | 1,9%               |
| Oktober          | 5646              | (0,3%)             |
| November         | 5760              | 2,0%               |
| Desember         | 5938              | 3,0%               |
| <b>TOTAL</b>     | <b>66858</b>      |                    |
| <b>Rata Rata</b> | <b>5572</b>       |                    |

Sumber :Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

Dari tabel 1 diatas diperoleh gambaran bahwa tingkat kunjungan wisatawan yang cenderung menurun dan kemudian mengalami kenaikan setelah melakukan promosi. Pengunjung pada bulan Februari mengalami penurunan sebesar -8,7% dibandingkan Januari, pada bulan April mengalami penurunan sebesar -0,2% dibandingkan bulan Maret, dibulan Oktober mengalami penurunan sebesar -0,3% dibandingkan bulan September, di bulan November mengalami kenaikan jumlah pengunjung sebesar 2% dibandingkan bulan Oktober dan pada bulan Desember mengalami kenaikan jumlah pengunjung sebesar 3% dibandingkan bulan November.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penjualan jasa, Objek Wisata Grand Elty Krakatoa juga dilengkapi dengan hotel yang dapat disewa oleh pengunjungnya. Dengan demikian para pengunjung Objek Wisata Grand Elty Krakatoa dapat menikmati waktu berlibur mereka lebih lama sehingga para pengunjung akan merasa puas telah berkunjung ke Objek Wisata Grand Elty Krakatoa. Berdasarkan data pengunjung yang menginap di Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023 mengalami penurunan pada bulan Februari dan bulan April, hal ini dikarenakan promosi di Objek Wisata Grand Elty Krakatoa belum diketahui oleh para pengunjung nya, maka dari itu Objek Wisata

Grand Elty Krakatoa selalu melakukan promosi di sosial media dengan memberikan harga *discount*, *event* dan dan Paket Liburan .

Tabel 2. Data perkembangan jumlah pengunjung yang menginap di Hotel dan Cottage Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

| Bulan     | Jumlah Pengunjung | Perkembangan ( % ) |
|-----------|-------------------|--------------------|
| Januari   | 2900              | -                  |
| Februari  | 2667              | (8,7%)             |
| Maret     | 2676              | 0,3%               |
| April     | 2666              | (0,4%)             |
| Mei       | 2711              | 1,7%               |
| Juni      | 2731              | 0,7%               |
| Juli      | 2747              | 0,6%               |
| Agustus   | 2766              | 0,7%               |
| September | 2786              | 0,7%               |
| Oktober   | 2813              | 1,0%               |
| November  | 2870              | 2,0%               |

Tabel 2. Data perkembangan jumlah pengunjung yang menginap di Hotel dan Cottage Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

| Bulan            | Jumlah Pengunjung | Perkembangan ( % ) |
|------------------|-------------------|--------------------|
| Desember         | 2949              | 2,7%               |
| <b>Total</b>     | <b>33.282</b>     |                    |
| <b>Rata Rata</b> | <b>2772</b>       |                    |

Sumber :Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

Dari tabel 2 diatas diperoleh gambaran bahwa tingkat kunjungan wisatawan yang menginap menurun dan kemudian mengalami kenaikan setelah melakukan promosi. Pengunjung yang menginap pada bulan Februari mengalami penurunan sebesar -8,7% dibandingkan bulan Januari, dibulan April mengalami penurunan sebesar -0,4% dibandingkan bulan Maret, di bulan Mei mengalami kenaikan jumlah pengunjung sebesar 1,7% dibandingkan bulan April dan pada bulan Desember mengalami kenaikan jumlah pengunjung yang menginap sebesar 2,7% dibandingkan bulan November.

Pada tabel 2 diatas, Tingkat kenaikan pengunjung yang menginap di Hotel dan Cottage Objek Wisata Grand Elty Krakatoa dipengaruhi oleh adanya promosi yang dilakukan oleh pengelola, berbagai promosi yang dilakukan bertujuan untuk menarik minat pengunjung sehingga dapat mencapai laba yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut Objek Wisata Grand Elty Krakatoa menerapkan diskon harga pada Hotel dan Cottage dengan memasukan program gratis sarapan untuk pengunjung nya yang menginap.

Tabel 3. Harga sewa kamar Hotel dan Cottage di Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

| Tipe           | Harga         | Kapasitas            | Include                                                                                 |
|----------------|---------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Hotel Pool     | Rp. 980.000   | 2 Dewasa<br>2 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 2 Dewasa dan 2 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Hotel Beach    | Rp. 1.180.000 | 2 Dewasa<br>2 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 2 Dewasa dan 2 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Haringin Villa | Rp. 1.280.000 | 2 Dewasa<br>2 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 2 Dewasa dan 2 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Rajabasa Villa | Rp. 1.380.000 | 2 Dewasa<br>2 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 2 Dewasa dan 2 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Nirwana Villa  | Rp. 2.500.000 | 4 Dewasa<br>4 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 4 Dewasa dan 4 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Lambur Suite   | Rp. 2.180.000 | 2 Dewasa<br>2 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 2 Dewasa dan 2 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Krakatau Suite | Rp. 3.680.000 | 4 Dewasa<br>4 Balita | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 4 Dewasa dan 4 Balita<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi |
| Kaldera Family | Rp. 1.600.000 | 4 Orang              | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 4 Orang<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi               |
| Kaldera Group  | Rp. 3.200.000 | 8 Orang              | 1. Tiket Masuk<br>2. Sarapan 8 Orang<br>3. Swimming pool<br>4. Acces wifi               |

Sumber :Objek Wisata Grand Elty Krakatoa tahun 2023.

## METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data penelitian ini terdiri atas empat variabel, yaitu Harga, kualitas Pelayanan dan Promosi sebagai variabel bebas (independent) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (dependent) Lokasi pada penelitian ini dilaksanakan di Grand Elty Krakatoa. Subjek penelitian ini adalah para pengunjung Grand Elty Krakatoa.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua Pengunjung yang pernah menginap di Gand Elty Krakatoa, konsumen baik laki-laki dan perempuan Sebanyak 2.772 Orang.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive Sampling*, Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari; Data Primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang berisi pertanyaan terkait harga, lokasi, kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan konsumen dan data Sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, serta laporan yang relevan dengan penelitian ini.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima tingkat jawaban, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, Uji t, Uji F, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel responden sebanyak 97 orang dan  $\alpha = 5\%$  diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1663. Pengujian validitas dibawah ini menggunakan spss versi 22, dari hasil pengujian tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil uji validitas

| Item Pernyataan    |      | Nilai koefisien korelasi product moment ( $r_{hitung}$ ) | Nilai koefisien korelasi product moment ( $r_{tabel}$ ) | keterangan |
|--------------------|------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------|
| Harga              | X1.1 | 0,929                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X1.2 | 0,385                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X1.2 | 0,929                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X1.4 | 0,929                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
| Kualitas Pelayanan | X2.1 | 0,577                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X2.2 | 0,655                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X2.3 | 0,630                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X2.4 | 0,687                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X2.5 | 0,564                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
| Promosi            | X3.1 | 0,479                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X3.2 | 0,838                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X3.3 | 0,712                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X3.4 | 0,822                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | X3.5 | 0,318                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |
|                    | Y1.1 | 0,919                                                    | 0,1663                                                  | Valid      |

|                   |      |       |        |       |
|-------------------|------|-------|--------|-------|
| Kepuasan Konsumen | Y1.2 | 0,926 | 0,1663 | Valid |
|                   | Y1.3 | 0,947 | 0,1663 | Valid |

Sumber: Data Olahan SPSS

Dari tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepuasan Konsumen menunjukan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,1663, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item Lokasi valid.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program spss versi 22, kuesioner dikatakan reliable apabila hasil uji statistik alpha  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2021).

Tabel 9. Hasil uji Reliabilitas

| Variabel           | Alpha | Criteria cronbatch alpa | Keterangan |
|--------------------|-------|-------------------------|------------|
| Harga              | 0,771 | 0,600                   | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan | 0,600 | 0, 600                  | Reliabel   |
| Promosi            | 0,651 | 0, 600                  | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen  | 0,951 | 0, 600                  | Reliabel   |

Sumber: Data Olahan SPSS

Dari tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y) menunjukan nilai  $>$  Cronbach alpha 0,600, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua angket reliabel.

Tabel 10. Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                         |             | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N                                  |                         |             | 97                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean                    |             | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation          |             | .73207263               |
| Most Extreme Differences           | Absolute                |             | .116                    |
|                                    | Positive                |             | .095                    |
|                                    | Negative                |             | -.116                   |
| Test Statistic                     |                         |             | .116                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                         |             | .003 <sup>c</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)        | Sig.                    |             | .144 <sup>d</sup>       |
|                                    | 99% Confidence Interval |             |                         |
|                                    | Lower Bound             |             | .052                    |
|                                    |                         | Upper Bound | .236                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 97 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,100  $>$   $\alpha = 0,05$ , sehingga sesuai dengan pengambilan keputusan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov data memiliki distribusi normal dan telah memenuhi syarat normalitas dalam model regresi.

Tabel 11. Uji heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant)        | 2.379                       | .642       |                           | 3.707  | .000 |
|                           | HARGA             | .004                        | .022       | .022                      | .182   | .856 |
|                           | KUALITAS PELAYANA | -.045                       | .023       | -.194                     | -1.931 | .056 |
|                           | PROMOSI           | -.038                       | .021       | -.219                     | -1.783 | .078 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 11 diatas pengujian menunjukan nilai signifikansi variabel Harga 0,856 >  $\alpha=0,05$ , variabel Kualitas Pelayanan 0,056 >  $\alpha=0,05$  dan variabel Promosi 0,078 >  $\alpha=0,05$ . Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 12. Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |        |      |                         |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)         | 2.436                       | 1.325      |                           | 1.839  | .069 |                         |       |
|                           | HARGA              | .115                        | .045       | .174                      | 2.552  | .012 | .650                    | 1.537 |
|                           | KUALITAS_PELAYANAN | .202                        | .048       | .234                      | 4.207  | .000 | .984                    | 1.016 |
|                           | PROMOSI            | .453                        | .044       | .700                      | 10.280 | .000 | .656                    | 1.525 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 12 diatas diperoleh nilai tolerance yang dimiliki variabel Harga 0,650 > 0,10, variabel Kualitas Pelayanan 0,984 > 0,10 dan variabel Promosi 0,656 > 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel Harga 1,537 < 10, variabel Kualitas Pelayanan 1,016 < 10 dan variabel Promosi 1,525 < 10. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |      |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant)        | 2.436                       | 1.325      |                           | .069 |
|                           | HARGA             | .115                        | .045       | .174                      | .012 |
|                           | KUALITAS PELAYANA | .202                        | .048       | .234                      | .000 |
|                           | PROMOSI           | .453                        | .044       | .700                      | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber : Data Olahan SPSS

Tabel 14. Hasil uji Koefisiensi korelasi sederhana

|                   |                     | Correlations |                        |             |                       |
|-------------------|---------------------|--------------|------------------------|-------------|-----------------------|
|                   |                     | HARGA        | KUALITAS_PELAYANA<br>N | PROMOS<br>I | KEPUASAN_KONSUME<br>N |
| HARGA             | Pearson Correlation | 1            | .091                   | .582**      | .603**                |
|                   | Sig. (1-tailed)     |              | .189                   | .000        | .000                  |
|                   | N                   | 97           | 97                     | 97          | 97                    |
| KUALITAS_PELAYANA | Pearson Correlation | .091         | 1                      | -.019       | .236**                |
|                   | Sig. (1-tailed)     | .189         |                        | .427        | .010                  |
|                   | N                   | 97           | 97                     | 97          | 97                    |
| PROMOSI           | Pearson Correlation | .582**       | -.019                  | 1           | .797**                |
|                   | Sig. (1-tailed)     | .000         | .427                   |             | .000                  |
|                   | N                   | 97           | 97                     | 97          | 97                    |
| KEPUASAN_KONSUMEN | Pearson Correlation | .603**       | .236**                 | .797**      | 1                     |
|                   | Sig. (1-tailed)     | .000         | .010                   | .000        |                       |
|                   | N                   | 97           | 97                     | 97          | 97                    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS

Tabel 15. Hasil uji model summary korelasi berganda

| Model Summary |                   |          |                   |                            |                   |          |     |     |               |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|               |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1             | .847 <sup>a</sup> | .718     | .709              | .74379                     | .718              | 78.803   | 3   | 93  | .000          |

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS\_PELAYANAN, HARGA

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari hasil output spss 22 tersebut, koefisien korelasi antara Harga , Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen bernilai positif 0,847 dimana nilai tersebut berada pada interval koefisien 0,80 - 1,000 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keempat variabel tersebut dalam kategori **Sangat Kuat**.

Tabel 16. Hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .847 <sup>a</sup> | .718     | .709              | .74379                     |

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS\_PELAYANAN, HARGA

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel 16 diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,709 hal ini berarti 70,9% Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi sedangkan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 17. Hasil uji T

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |        |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.   |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |
| 1                         | (Constant)         | 2.436                       | 1.325      |                           | 1.839  |
|                           | HARGA              | .115                        | .045       | .174                      | 2.552  |
|                           | KUALITAS_PELAYANAN | .202                        | .048       | .234                      | 4.207  |
|                           | PROMOSI            | .453                        | .044       | .700                      | 10.280 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

Sumber : Data Olahan SPSS

### 1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 17 diatas diketahui bahwa  $t_{hitung} 2,552 > t_{tabel} 1.661$  dengan tingkat signifikan  $0,012 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar.

### 2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 17 diatas diketahui bahwa  $t_{hitung} 4,207 > t_{tabel} 1.661$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar.

### 3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 17 diatas diketahui bahwa  $t_{hitung} 10,280 > t_{tabel} 1.661$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar.

Tabel 18. Hasil uji f

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      |
| 1                  | Regression | 130.785        | 3  | 43.595      | 78.803 |
|                    | Residual   | 51.449         | 93 | .553        |        |
|                    | Total      | 182.235        | 96 |             |        |

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS\_PELAYANAN, HARGA

Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 18 diatas diketahui nilai  $F_{hitung} 78,803 > F_{tabel} 2,70$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang

menyatakan pengaruh antara Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen adalah benar

## SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grand Elty Krakatoa. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada taraf signifikansi 5% dan menggunakan Program SPSS 22, Maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama (H1) diketahui nilai signifikansi pada variabel Harga ( $X_1$ ) adalah sebesar  $0,012 < 0,05$  Dan  $t_{hitung} 2,552 > t_{tabel} 1.661$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 **Diterima** yang berarti hipotesis yang menyatakan Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar dan Terbukti.
2. Hasil uji hipotesis kedua (H2) diketahui nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 4,207 > t_{tabel} 1.661$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 **Diterima** yang berarti hipotesis menyatakan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar dan terbukti.
3. Hasil uji hipotesis ketiga (H3) diketahui nilai signifikansi pada variabel Promosi ( $X_3$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 10,280 > t_{tabel} 1.661$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 **Diterima** yang berarti hipotesis yang menyatakan Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah benar dan terbukti.
4. Hasil uji hipotesis keempat (H4) diketahui nilai signifikansi pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan konsumen adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 78,803 > F_{tabel} 2,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 **Diterima** yang berarti hipotesis yang menyatakan Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen adalah benar dan terbukti.

## Referensi :

- Adwimurti, Yudhistira & Sumarhadi, Sumarhadi. (2023). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 3. 74-90. 10.32509/jmb.v3i1.3070.
- Afrizal, A., & Nugroho, F. (2022). *The Effect Of Promotion, Price, And Brand Image On Purchase Decisions On E-Commerce Shopee In Pangkalpinang City*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR), 6(3), 2457-2464.
- Andri, C. L. S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus Pengunjung The Shila's Agrotourism*. Tesis. Universitas [Nama Universitas].
- Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (Padang sidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional)
- Arianty, N Jasin,dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Praktek (Edisi 1)*. Medan : Perdana Publishing
- Cahyani, I, A& Ir. Ginanjar Syamsuar. (2020). *"Sebagai Variabel Intervening Produk Good Day ( Studi Kasus Di Kelurahan Sungai Bambu )."* 1-25.
- Daulay, R., & Mujiatun, S. (2021). *The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application*. International Journal Reglement & Society (IJRS), 2(1), 45-53.
- Fan, E. & Z. j. (2002). *aplications of the jacobi elliptic function method to special*. physics letter A.
- Febrianti, L., (2021), *Bab II Tinjauan Pustaka*, <https://repository.poltekkes-denpasar.ac.id>, diakses 28 Januari 2023.
- Fia. (2006). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*. Tesis. Universitas [Nama Universitas].
- Fitriani, N., & Nurhidayati. (2012). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Printing CV. Prisma Semarang*. Tesis.

- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Fitria. et. al. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis
- Haque-Fawzi, M.G., Iskandar, A.S., Erlangga, H., Nurjaya, H. (2022). *Strategi pemasaran: konsep, teori, dan implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- J. Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Ketii)*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Keller, & Chernev. (2022). *Marketing Management*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Laia, Alvian & Sunargo, Sunargo. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFÉ BERINGIN PREMIUM KOTA BATAM*. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. 10. 175-184. 10.36596/ekobis.v10i2.944.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Mardia, et al. (2021). *Kewirausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mukarom, Z dan Muhibudin Wijaya Laksana, 2018, *Manajemen Pelayanan Publik*, Bandung:Pustaka Setia.
- Praptiningrum, Dyah & Talumantak, Ricky. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL MERCURE JAKARTA GATOT SUBROTO*. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*. 4. 12-25. 10.54783/jin.v4i3.587.
- Pratiwi, N. M., & Yasa, N. K. (2019). *The Effect Of Store Atmosphere, Social Media, Marketing, and Lifestyle on Purchase Decision on Consumers of The Alleyway Cafe*. *European Journal of Management and Marketing Studies* .
- Puspitarini, D. A. (2013). *Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Tempat terhadap Kepuasan Konsumen PT. DFDS Transport Indonesia Surabaya*. Tesis. Universitas [Nama Universitas].
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). *Pengantar manajemen dan bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sholikah, Ahmad, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini*. Cirebon: Insania.
- Sudirman, I., & Musa, M. (2023). *STRATEGI PEMASARAN*. Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (4th ed.)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Manajemen dan pengembangan sumber daya manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261-270. DOI: 10.5281/zenodo.3930684 <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>
- Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Customer Satisfaction (3 ed.)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta. Andy
- Widagdo, H. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT XYZ Palembang*. Tesis. Universitas [Nama Universitas].
- Wirapraja, A. et al. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Yusuf Saleh , S.E., M.Si., M., & Said, S.E., M.Si., M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. CV SAH MEDIA, Makassar.