

PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
GUEST HOUSE HUMANITAS PEMATANGSIANTAR

Oleh:
Anggun Lestari
S1 Manajemen
Darwin Lie, Efendi, Julyanthry

Abstraksi

Hasil penelitian: 1. Harga dan fasilitas sudah baik, kepuasan pelanggan kategori puas. 2. Hasil analisis regresi $\hat{Y} = 9,342 + 0,927X_1 + 0,173X_2$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. 3. Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai $r = 0,819$, yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai koefisien determinasi = 0,670, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sebesar 67% dapat dijelaskan oleh harga dan fasilitas. 4. Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 ditolak, artinya harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Adapun saran dari hasil penelitian ini adalah 1. Untuk mengefektifkan harga, sebaiknya membuka rekening bank atas nama wisma sehingga memudahkan dalam transaksi pembayaran kredit. 2. Untuk meningkatkan fasilitas, *guest house* sebaiknya mengeluarkan sebagian kursi maupun meja yang tidak diperlukan untuk menghindari kesan sempit pada ruangan lobi. 3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya *guest house* membuat sebuah *website* wisma yang dilengkapi dengan denah penunjuk arah menuju *guest house* sehingga memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi *guest house*.

Kata kunci: Harga, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan.

Abstraction

*The results of this study can be summed summarized as follows: 1. The prices is good, facilities is good and satisfied customers are already satisfied. 2. Regression analysis result is $\hat{Y} = 9,342 + 0,927X_1 + 0,173X_2$, it means there is a positive influence between price and facilities to customer satisfaction. 3. The results of the correlation coefficient analysis obtained value $r = 0,819$, which means there is a high and positive correlation between price and facilities with customer satisfaction. Obtained value of coefficient of determination = 0,670, meaning that high of customer satisfaction equal to 67% can be explained by price and facility. 4. Hypothesis test result stated H_0 rejected, it means the prices and facilities have a positive and significant impact on customer satisfaction at *Guest House* Humanities Pematangsiantar both simultaneously or partially.*

The suggestion of this research 1. to streamline the price on the dimension of the payment method, we recommend that you open a bank account in the name of the guest house so as to facilitate payment transactions credit. 2. to improve facilities, guest house should pull out some chairs or tables are not needed in order to avoid the impression of a cramped room at the lobi. 3. to improve customer satisfaction, we recommend guest house makes guest house website which features a floor plan of the signposts towards the guest house, making it easier for customers to find the location of the Guest House.

Keywords: Price, Facilities, Customer satisfaction.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Di era pembangunan yang semakin berkembang pertumbuhan ekonomi dan industri telah banyak mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan pelanggan sehingga setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada pelanggan sebagai tujuan utama. Perusahaan harus memberikan kepada pelanggan barang atau jasa yang mempunyai nilai yang lebih tinggi dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai dari pada pesaingnya.

Salah satu *guest house* yang ada di Kota Pematangsiantar, yakni *Guest House* Humanitas Pematangsiantar yang bergerak di bidang jasa perhotelan, selalu berusaha untuk memperhatikan keinginan, kebutuhan dan permintaan dari pelanggan. Dengan harapan dapat membawa *income*

yang lebih besar apabila harga dan fasilitas yang ditawarkan *guest house* sesuai dengan harapan konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan sedang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar hal ini dapat dilihat dari dimensi produk, promosi, lokasi, pelayanan karyawan dan suasana. Dimensi produk dimana produk yang ditawarkan oleh objek memiliki fisik bangunan maupun fasilitas yang baik dari segi kebersihan maupun kerapian kamar, dari segi promosi *Guest House* Humanitas Pematangsiantar menggunakan promosi iklan, mulut kemulut maupun dengan cara pemberian potongan harga hal ini dengan harapan

dapat menarik minat pelanggan yang berkunjung ke objek.

Pada dimensi pelayanan karyawan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar menerapkan pelayanan berbasis kekeluargaan sehingga pelanggan merasa tinggal di rumah sendiri, pada dimensi suasana *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memiliki suasana lingkungan yang aman dan dikelilingi oleh taman yang asri. Fenomena kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar terjadi pada dimensi promosi dimana masih banyak ditemui pelanggan kesulitan untuk mencari lokasi *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dan pada dimensi produk dimana masih ditemui produk atau jasa yang ditawarkan dalam kondisi yang tidak terawat sehingga mengurangi kenyamanan tamu yang menginap.

Salah satu faktor yang diindikasikan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Dimana harga mencakup hal yang berkaitan dengan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun dimensi harga adalah keterjangkauan harga, diskon harga dan cara pembayaran. Keterjangkauan harga yang ada pada objek dimana harga yang ditawarkan atas jasa yang disewakan tidak sesuai dengan kualitas jasa maupun fasilitas yang dijanjikan. Dari segi potongan harga yang diberikan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar cukup baik dikarenakan objek memberikan diskon bagi pelanggan tetap maupun pelanggan yang memesan kamar dalam jumlah banyak. Cara pembayaran pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar hanya memiliki cara pembayaran tunai saja dimana belum tersedianya layanan pembayaran melalui *debit card* maupun *internet banking*.

Untuk menunjang kinerja operasional perusahaan, dibutuhkan beberapa fasilitas pendukung yang berfungsi untuk membantu memenuhi kepuasan pelanggan akan sebuah produk atau jasa. Dimensi fasilitas meliputi bangunan, area parkir, lobi dan kamar hotel. Pada dimensi bangunan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar selalu mengutamakan kebersihan lingkungan, akan tetapi masih banyak ditemui kamar dengan kondisi dinding yang lembab sehingga mengurangi kenyamanan tamu. Pada area parkir *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memiliki area parkir yang dilengkapi dengan camera pemantau.

Pada dimensi lobi *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memiliki kondisi bangunan yang permanen dengan dengan pencahayaan yang baik. Pada dimensi kamar hotel *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memiliki kondisi kamar yang baik dan dilengkapi dengan CCTV (*Closed Circuit Television*) pada setiap sudut gang kamar, akan tetapi masih ditemui beberapa kamar dengan kondisi yang kurang terawat dimana kamar hotel bagian kamar kamar mandi kondisinya tidak terawat seperti asbes dan lantai kamar mandi yang pecah, serta perlengkapan kamar yang sudah tidak dapat berfungsi dengan baik seperti TV yang hanya memiliki 3 siaran sehingga mengurangi kenyamanan tamu yang menginap di *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.

2. Rumusan Masalah

- Bagaimana gambaran harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.
- Bagaimana pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar, baik secara simultan maupun parsial.

3. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui gambaran harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.
- Untuk mengetahui pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar, baik secara simultan maupun parsial.

4. Metode Penelitian

Objek penelitian adalah Yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah pelanggan di *Guest house* Humanitas Pematangsiantar yang terletak di Jalan Adam Malik No. 8, Kelurahan Timbang Galung, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar. Populasi adalah rata-rata jumlah konsumen yang datang selama triwulan kedua *Guest house* Humanitas Pematangsiantar adalah sebanyak 372 orang.

Desain penelitian adalah Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data berupa Kuesioner, Wawancara dan Dokumentasi. Jenis data yang adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

B. LANDASAN TEORI

1. Manajemen dan Manajemen Pemasaran

Manajemen dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh individu ataupun kelompok dalam mencapai tujuan organisasi yang efektif dan juga efisien. Menurut Daft (2002:8), manajemen adalah pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya organisasi. Selain itu, menurut Handoko (2000:10), manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan. Menurut Manullang (2002:5), manajemen adalah sebagai ilmu pengetahuan, pengorganisasian, penyusunan, pengelolaan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Kotler dan Gary (2008:18), manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:5), manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Menurut Boyd et.al (2000:18), manajemen pemasaran (*marketing management*) adalah proses

menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepkan, pendapatan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk meningkatkan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses penganalisaan, perencanaan, pengawasan program-program pemasaran yang bertujuan untuk menimbulkan pertukaran yang dibutuhkan serta menciptakan penawaran suatu produk dengan produk orang lain.

2. Harga

Menurut Swastha dan Irawan (2002:241), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk. Menurut Kotler dan Gary (2008:439), harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Saladin (2001:95), harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah alat tukar baik berupa uang ataupun sesuatu yang bernilai yang dapat digunakan sebagai alat tukar.

3. Fasilitas

Menurut Badudu dan Zain (2001:314), fasilitas adalah segala hal yang dapat memudahkan perkara kelancaran tugas dan sebagainya. Menurut Sulastiyono (2006:11), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Menurut Bagyono (2005:75), fasilitas adalah syarat-syarat pokok yang perlu dipenuhi pengelola hotel demi kelancaran kegiatan operasional seperti area parkir, lobi dan juga kamar. Berdasarkan beberapa tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat menunjang operasional perusahaan yang berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

4. Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Gary (2005:70), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. Menurut Sumarwan (2004:322), kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Sedangkan menurut Gerson (2002:112), kepuasan pelanggan adalah persepsi bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui, dan sebaliknya jika pelanggan tidak puas dia akan menghentikan bisnisnya dengan perusahaan. Dari defenisi tersebut disimpulkan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah apabila ekspektasi pelanggan akan suatu produk berbanding lurus dengan realita yang diharapkan pelanggan akan jasa tersebut.

C. PEMBAHASAN

1. Analisis

b. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari pelanggan mengenai Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Setelah pengujian data, maka langkah selanjutnya peneliti melakukan pengkajian analisis kualitatif sebagai gambaran fenomena dari variabel penelitian pada saat sekarang ini. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas interval dimana penentuan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

Interval Kelas = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$

$$\begin{aligned} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

sehingga berlaku ketentuan kategori dengan kriteria Tabel 1 berikut:

Tabel 1

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden.

Nilai Interval	Kategori		
	Harga	Fasilitas	Kepuasan Pelanggan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas
2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas
3,41 – 4,20	Baik	Baik	Puas
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : hasil pengolahan data (2017)

1) Gambaran Harga pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar

Dari hasil analisis, dimensi keterjangkauan harga pada indikator harga yang ditawarkan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,52 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan oleh *Guest House* Humanitas Pematangsiantar sesuai dengan harga yang berlaku di pasaran dan memiliki variasi harga yang pelanggan inginkan. Pada indikator klasifikasi harga yang ditawarkan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,49 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pelanggan merasa harga yang ditentukan oleh perusahaan sesuai terhadap klasifikasi harga yang diharapkan pelanggan. Pada indikator persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas kamar yang dijanjikan.

Untuk dimensi diskon harga, pada indikator diskon kuantitas yang diberikan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar memperoleh nilai rata-rata 3,54 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memberikan diskon harga bagi

pelanggan yang melakukan transaksi dalam jumlah besar. Pada indikator pemberian diskon harga kepada pelanggan tetap *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban baik, hal ini karena perusahaan memberikan potongan harga kepada pelanggan tetap terlebih apabila pelanggan tetap yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Selanjutnya pada indikator pemberian diskon musiman kepada pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan perusahaan memberikan diskon musiman kepada semua pelanggan pada bulan-bulan tertentu, seperti pada saat *low season*.

Untuk dimensi cara pembayaran, pada indikator fasilitas yang digunakan untuk transaksi pembayaran memperoleh nilai rata-rata 3,58 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan transaksi pembayaran dilakukan dengan cara manual sehingga transaksi yang dilakukan lebih cepat. Pada indikator sistem pembayaran secara kredit memperoleh nilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan perusahaan ataupun instansi yang bekerja sama dengan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* harus melakukan pembayaran kepada tunai kepada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* sehingga tidak efektif dan efisien dalam pembayaran. Pada indikator kemudahan dalam transaksi pembayaran memperoleh nilai rata-rata 3,58 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* menerapkan sistem pembayaran dimuka dan pelanggan dapat langsung menggunakan produk jasa yang mereka inginkan.

Dari total jawaban responden mengenai harga baik dari segi keterjangkauan harga, diskon harga dan cara pembayaran mendapat nilai rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban baik, Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,59 dengan kriteria jawaban baik untuk dimensi diskon harga pada indikator diskon musiman. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik untuk dimensi cara pembayaran pada indikator pembayaran kredit kepada perusahaan maupun instansi yang bekerja sama dengan *Guest house Humanitas Pematangsiantar*.

2) Gambaran Fasilitas pada *Guest house Humanitas Pematangsiantar*

Dari hasil analisa, untuk dimensi bangunan pada indikator keadaan bangunan pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,57 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar*. Memiliki keadaan bangunan yang permanen. Pada indikator suasana lingkungan pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan suasana lingkungan di sekitar *Guest House Humanitas Pematangsiantar* tenang dan nyaman. Pada indikator kebersihan bangunan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,47 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* selalu mengutamakan kebersihan lingkungan area *Guest House Humanitas Pematangsiantar*, akan tetapi masih ditemui beberapa kamar dengan kondisi dinding yang lembab sehingga mengurangi kenyamanan tamu yang menginap.

Untuk dimensi area parkir, pada indikator kondisi parkir yang tersedia *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,62 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan area parkir yang tersedia pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* masih dalam kondisi baru. Pada indikator keamanan area parkir pada *Guest house Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,54 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* menyediakan CCTV pada setiap sudut area parkir. Selanjutnya pada indikator kenyamanan selama memarkirkan kendaraan di area parkir pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,66 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memiliki area parkir yang nyaman dan aman.

Untuk dimensi lobi, pada indikator kondisi bangunan lobi pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,67 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan bangunan lobi pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* merupakan bangunan yang permanen dengan pencahayaan yang baik. Pada indikator kenyamanan pelanggan selama berada pada lobi *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,15 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa lobi pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* terlalu sempit. Selanjutnya pada indikator kelengkapan fasilitas lobi *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,57 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan kelengkapan fasilitas di lobi *Guest House Humanitas Pematangsiantar* terbilang baik karena dilengkapi dengan fasilitas pendingin ruangan, TV, dan wifi.

Selanjutnya pada dimensi kamar hotel, pada indikator kondisi kamar mandi pada kamar hotel *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,63 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan karena perlengkapan pada kamar mandi terbilang lengkap seperti adanya sabun, handuk dan *shower*. Pada indikator ketersediaannya siaran TV *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,53 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* baru melakukan pemasangan TV nirkabel yang dilengkapi dengan siaran dalam dan luar negeri. Selanjutnya pada indikator keamanan ruangan kamar pada *Guest House Humanitas Pematangsiantar* memperoleh nilai rata-rata 3,70 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan *Guest House Humanitas Pematangsiantar* menyediakan CCTV pada setiap sudut gang kamar.

Dari total jawaban responden mengenai fasilitas baik dari segi bangunan, area parkir, lobi dan kamar hotel mendapat nilai rata-rata 3,56 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,70 dengan kriteria jawaban baik untuk dimensi kamar hotel pada indikator keamanan ruangan kamar. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,15 dengan kriteria jawaban cukup baik untuk dimensi lobi pada indikator kenyamanan selama berada di lobi.

3) Gambaran Kepuasan Pelanggan pada *Guest house Humanitas Pematangsiantar*

Dari hasil analisa, dimensi produk pada indikator kualitas jasa yang ditawarkan pada *Guest*

house Humanitas Pematangsiantar dalam memenuhi kebutuhan pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,49 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan karena pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Pada indikator penampilan produk yang ditawarkan oleh *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,52 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan penampilan fisik bangunan maupun fasilitas jasa dinilai baik oleh pelanggan dari segi kebersihan dan kerapian kamar. Selanjutnya pada indikator penilaian pelanggan terhadap produk yang digunakan memperoleh nilai rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini terlihat dari masih adanya keluhan pelanggan yang disampaikan kepada karyawan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.

Untuk dimensi promosi iklan yang dilakukan oleh *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,49 dengan kriteria jawaban puas. Dalam hal ini terlihat dari banyaknya tamu yang mengetahui *Guest house* Humanitas Pematangsiantar berdasarkan *website*. Pada indikator promosi mulut kemulut *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,62 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dilihat dari banyaknya tamu yang menginap berdasarkan hasil rekomendasi dari relasi yang pernah menginap maupun instansi yang bekerja sama dengan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Selanjutnya pada indikator promosi dengan memberikan potongan harga bagi pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,69 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini karena *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memberikan diskon bagi pelanggan tetap dan pelanggan yang melakukan transaksi dalam jumlah besar.

Untuk dimensi lokasi pada indikator suasana yang dirasakan selama berada di *guest house* memperoleh nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar dengan kondisi lingkungan yang asri. Pada indikator keefektifan dan keefisienan pelanggan mencari lokasi *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,31 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini dikarenakan pelanggan masih kesulitan mencari lokasi *Guest house* Humanitas Pematangsiantar serta tidak adanya penunjuk arah lokasi menuju *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Selanjutnya pada indikator kemudahan pelanggan mencari transportasi yang mengarah ke *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,62 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dilihat dari banyaknya pelanggan yang menggunakan transportasi yang mengarah langsung pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.

Untuk dimensi pelayanan karyawan pada indikator kesopanan karyawan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,66 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dilihat dari pelayanan karyawan dalam menghadapi keluhan pelanggan yang merasa belum puas produk yang ditawarkan oleh *Guest House* Humanitas Pematangsiantar. Pada indikator hubungan baik dengan yang terjalin antara karyawan dan pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,49 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini menunjukkan bahwa dengan terjalinnya hubungan yang baik membuat pelanggan merasa dihargai dan merasa puas dengan pelayanan

yang diberikan oleh *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Selanjutnya pada indikator kecepatan karyawan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,68 dengan kriteria jawaban puas, hal dilihat dari kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan pelanggan dalam hal menjelaskan kriteria dan pilihan kamar yang tepat sesuai dengan harapan pelanggan. Selanjutnya pada indikator ketepatan karyawan dalam menjalankan keinginan pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,50 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pelanggan menerima apa yang mereka inginkan sesuai apa yang diperintahkan kepada karyawan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.

Untuk dimensi suasana indikator sirkulasi udara pada kamar hotel memperoleh nilai rata-rata 3,55 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pada setiap kamar dilengkapi dengan ventilasi dan sirkulasi udara yang baik. Pada indikator kenyamanan yang dirasakan selama berada di *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,57 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dikelilingi oleh taman yang asri serta memiliki taman pada bagian depan kamar hal ini tentunya menjadi kepuasan tersendiri bagi tamu yang menginap di *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Selanjutnya pada indikator keamanan yang dirasakan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dilengkapi camera pengintai (CCTV) serta adanya security yang bertugas mengawasi dan menjaga keamanan tamu yang menginap di *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.

Dari total jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan baik dari segi produk, promosi, lokasi, pelayanan karyawan dan suasana mendapat nilai rata-rata 3,55 dengan kriteria jawaban puas. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,69 dengan kriteria jawaban puas untuk dimensi promosi pada indikator promosi dengan cara memberikan potongan harga. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,31 dengan kriteria jawaban cukup puas untuk dimensi pencarian lokasi pada indikator keefektifan dan keefisienan pelanggan dalam mencari lokasi *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.

c. Deskriptif Kuantitatif

1) Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini memakai kajian data dengan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat, dimana variabel bebas adalah harga, fasilitas, dan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Maka dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21 dengan hasil hitung regresi sebagai berikut:

Tabel 2

**Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	9,342	1,900	
1 Harga	,927	,066	,693
Fasilitas	,173	,042	,201

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 2 tersebut diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$\hat{Y} = 9,342 + 0,927X_1 + 0,173X_2$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel harga dan variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.

2) Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3
Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,670	,667	3,434

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai $r = 0,819$ yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi *R square* 0,670 artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sebesar 67% dapat dijelaskan oleh harga dan fasilitas. Sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti produk, promosi, lokasi, dan lain sebagainya.

3) Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (harga dan fasilitas) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) secara bersama-sama atau simultan. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$ dengan menggunakan program aplikasi *SPSS*, dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4606,828	2	2303,414	195,305	,000 ^b
1 Residual	2264,433	192	11,794		
Total	6871,262	194			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4 berikut, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 195,305 > F_{tabel} dengan (0,05 ; 2 vs 192) sebesar 3,04 atau dengan taraf signifikan 0,000 $\leq \alpha$ 0,05, maka H_0 ditolak artinya harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.

b) Uji Parsial (Uji t)

Untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang valid, maka harus dilakukan uji hipotesis (uji t). Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diketahui bahwa harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan sangat berhubungan, untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program *SPSS*, yaitu:

**Tabel 5
Perkiraan Nilai t_{hitung}
Coefficients^a**

Model	t	Sig.
(Constant)	4.915	,000
1 Harga	14.114	,000
Fasilitas	4.097	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel harga (X_1) sebesar 14,114 > t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (195-2-1=192) sebesar 1,972 atau dengan taraf signifikan 0,000 $\leq \alpha$ 0,05, maka H_0 ditolak, artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar secara parsial. Sedangkan t_{hitung} pada variabel fasilitas (X_2) sebesar 4,097 > dari t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (195-2-1=192) sebesar 1,9721 atau dengan taraf signifikan 0,000 $\leq \alpha$ 0,05, maka H_0 ditolak, artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar secara parsial.

2. Evaluasi

a. Harga Pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara cepat harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Dari rekapitulasi jawaban responden mengenai harga pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dapat dilihat harga berada pada nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,51 dengan kriteria jawaban baik. Namun ada beberapa aspek walaupun sudah dalam kategori baik, tetapi masih rendah di bawah rata-rata, yaitu pada dimensi keterjangkauan harga pada indikator klasifikasi harga yang ditawarkan kepada pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,49. Untuk mengatasinya, perusahaan dapat memperbaiki fasilitas yang tidak berfungsi sehingga fasilitas yang tertera di spesifikasi harga sesuai dengan yang pelanggan rasakan selama menggunakan jasa yang ditawarkan.

Pada indikator persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan memperoleh nilai rata-rata 3,40. Untuk mengatasinya, perusahaan dapat mengganti daftar harga kamar sesuai dengan fasilitas

yang ada pada setiap kamar sehingga pelanggan tidak merasa kecewa dan dirugikan.

Dengan nilai terendah terdapat pada dimensi cara pembayaran dengan indikator pembayaran kredit yang diberikan kepada pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,36. Untuk mengatasinya yaitu dengan membuka rekening bank atas nama perusahaan sehingga lebih memudahkan instansi maupun perusahaan yang bekerja sama dengan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar dalam proses pembayaran tagihan kamar.

Dari hasil evaluasi harga tersebut dapat disimpulkan hal-hal di atas sudah dinyatakan baik. Akan tetapi, *Guest house* Humanitas Pematangsiantar dapat memperhatikan indikator-indikator yang masih di bawah rata-rata sehingga bisa menjadikan pelanggan puas akan produk yang digunakan dengan harga yang terjangkau.

b. Fasilitas Pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar

Fasilitas merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan pelanggan dalam memilih hotel yang tepat. Fasilitas hotel yang tersedia dengan kondisi baik dapat mempermudah dan memperlancar kegiatan pelanggan selama menginap di hotel. Sehingga sangat jelas bahwa fasilitas dapat mempengaruhi mutu dari sebuah hotel.

Berdasarkan dimensi yang digunakan diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar sudah dalam kategori baik. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan kuesioner yang dibagikan oleh penulis dan diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,56 dengan kriteria jawaban baik. Namun ada beberapa aspek walaupun sudah dalam kategori baik, tetapi masih rendah di bawah rata-rata.

Pada dimensi bangunan pada indikator kebersihan bangunan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,47. Untuk meningkatkannya, perusahaan perlu melakukan perawatan ekstra pada bagian yang bangunan yang kurang terkena sinar matahari sehingga menghindari bangunan menjadi lembab dan terkesan kumuh.

Pada dimensi area parkir pada indikator keamanan area parkir pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,54. Untuk meningkatkannya, perusahaan dapat memperbaiki bahkan mengganti prangkat CCTV yang sudah tidak dapat berfungsi sehingga setiap sudut area parkir dapat di tinjau keamanannya melalui camera pemantau (CCTV).

Dengan nilai terendah pada dimensi lobi pada indikator kenyamanan selama berada di lobi memperoleh nilai rata-rata 3,15. Untuk meningkatkannya, perusahaan dapat mengeluarkan sebagian dari kursi maupun meja yang tidak diperlukan untuk menghindari kesan sempit pada ruangan lobi selain itu hendaknya lobi berada tidak langsung berhadapan dengan kamar tamu yang menginap sehingga mengurangi kenyamanan tamu yang memiliki kamar tepat didepan lobi.

Dari hasil evaluasi fasilitas tersebut dapat disimpulkan hal-hal di atas sudah dinyatakan baik. Akan tetapi, *Guest house* Humanitas Pematangsiantar dapat memperhatikan indikator-indikator yang masih di bawah rata-rata hal ini agar dapat ditingkatkan lagi, sehingga jawaban responden bisa meningkat dari rata rata jawaban baik menjadi

sangat baik, karena masing-masing pelanggan memiliki kepuasan dan pemikiran yang berbeda dalam menilai sebuah fasilitas yang mereka gunakan.

c. Kepuasan Pelanggan Pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar

Kepuasan pelanggan dapat dinilai oleh pelanggan setelah menggunakan sebuah jasa, seorang pelanggan akan merasa puas jika harapan pelanggan mengenai jasa tersebut berbanding lurus bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap jasa yang digunakan.

Berdasarkan dimensi yang digunakan diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar sudah dalam kategori puas. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan kuesioner yang dibagikan oleh penulis dan diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,55 dengan kriteria jawaban puas. Namun ada beberapa aspek walaupun sudah dalam kategori puas, tetapi masih rendah di bawah rata-rata.

Pada dimensi produk dengan indikator kualitas jasa yang ditawarkan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,49. Cara meningkatkannya, perusahaan dapat memperbaiki atau mengganti perlengkapan yang sudah rusak sehingga sesuai dengan harapan maupun persepsi pelanggan tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Pada indikator penampilan produk yang ditawarkan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,52. Cara mengatasinya dengan cara perusahaan melakukan pengecatan ulang serta renovasi bagi kamar-kamar yang terletak pada bagian dalam yang tidak terkena sinar matahari langsung hal ini tentunya berfungsi untuk menghilangkan jamur yang melekat pada dinding kamar dan menghilangkan kesan lembab pada kamar. Pada indikator penilaian pelanggan terhadap jasa yang digunakan memperoleh nilai rata-rata 3,32. Cara mengatasinya dengan pimpinan mendengarkan keluhan yang disampaikan pelanggan kepada perusahaan dan menjadikan keluhan tersebut sebagai bahan masukan dan perbaikan guna kelangsungan hidup perusahaan.

Pada dimensi promosi pada indikator promosi iklan yang dilakukan oleh *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,49. Untuk mengatasinya perusahaan dapat mengiklankan produk jasa yang dimiliki *Guest house* Humanitas Pematangsiantar melalui surat kabar bahkan radio. Pada dimensi lokasi pada indikator ke efektifan dan keefisienan pelanggan dalam mencari lokasi *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,31. Cara mengatasinya dengan membuat sebuah *website* perusahaan yang dilengkapi dengan denah lokasi menuju *Guest house* Humanitas Pematangsiantar selain itu menambahkan petunjuk arah pada setiap jalan menuju *Guest house* Humanitas Pematangsiantar tentunya sangat membantu pelanggan yang mencari keberadaan *guest house*.

Pada dimensi pelayanan karyawan pada indikator hubungan baik antar pelanggan dan karyawan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,49. Untuk mengatasinya perusahaan dapat melakukan pelatihan kerja, sehingga karyawan mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Pada indikator ketepatan karyawan menjalankan keinginan

pelanggan memperoleh nilai rata-rata 3,50. Cara mengatasinya *Guest house* Humanitas Pematangsiantar dapat melakukan pelatihan serta motivasi kerja, hal ini tentunya berdampak baik dalam mengoptimalkan kinerja karyawan dalam melayani keinginan pelanggan

Dari hasil evaluasi kepuasan pelanggan di atas dapat disimpulkan hal-hal di atas sudah dinyatakan baik. Akan tetapi, *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dapat memperhatikan indikator-indikator yang masih di bawah rata-rata sehingga minat pelanggan dalam menggunakan produk dapat meningkat.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang harga baik dari dimensi keterjangkauan harga, diskon harga dan cara pembayaran memperoleh nilai rata-rata keseluruhan 3,51. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi diskon harga dengan indikator diskon musiman yang ditawarkan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi cara pembayaran dengan indikator pembayaran kredit yang diberikan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar kepada pelanggan.
- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang fasilitas baik dari dimensi bangunan, area parkir, lobi dan kamar hotel memperoleh nilai rata-rata keseluruhan 3,56. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi kamar hotel dengan indikator keamanan kamar *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi lobi dengan indikator kenyamanan selama berada di lobi *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.
- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan baik dari dimensi produk, promosi, lokasi, pelayanan karyawan dan suasana memperoleh nilai rata-rata keseluruhan 3,55. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi promosi dengan promosi dengan cara memberikan potongan harga. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi lokasi dengan indikator keefektifan dan keefisienan pelanggan dalam mencari lokasi.
- Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh pengaruh yang positif antara harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.
- Hasil analisis korelasi diperoleh nilai 0,819, yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga, fasilitas dengan kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,670, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sebesar 67% dapat dijelaskan oleh harga dan fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh faktor lain seperti produk, promosi, lokasi, dan lain sebagainya.
- Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh hasil bahwa harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest house* Humanitas Pematangsiantar.

- Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar. Kemudian fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.

2. Saran

- Untuk mengefektifkan harga pada dimensi cara pembayaran, penulis menyarankan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar untuk membuka rekening bank atas nama wisma sehingga memudahkan perusahaan maupun instansi pemerintahan yang bekerja sama dengan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar dalam proses pembayaran tagihan kamar dengan demikian transaksi pembayaran dapat mudah dan cepat.
- Untuk meningkatkan fasilitas, penulis menyarankan *Guest house* Humanitas Pematangsiantar untuk mengeluarkan sebagian dari kursi maupun meja yang tidak diperlukan untuk menghindari kesan sempit pada ruangan lobi, sehingga menambah kesan nyaman bagi tamu.
- Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, disarankan *Guest House* Humanitas Pematangsiantar membuat sebuah *website* wisma yang dilengkapi dengan denah penunjuk arah pada setiap jalan menuju *Guest House* Humanitas Pematangsiantar.
- Sehubungan dengan keterbatasan penulis, maka hasil dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memasukkan lebih banyak variabel penelitian lain yang tidak dibahas pada penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi, lokasi dan lain sebagainya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Badudu dan Zain. 2001. **Kamus Besar Bahasa Indonesia**. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bagyono. 2005. **Pariwisata dan Perhotelan**. Surakarta: Alfabeta.
- Boyd, et.al. 2000. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Erlangga.
- Gerson, Richard F. 2002. **Mengukur Kepuasan Pelanggan**. Cetakan kedua. Jakarta: PPM.
- Handoko, T. Hani. 2000. **Manajemen 2**. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2005. **Dasar Dasar Pemasaran**. Jakarta: Prehallindo.
- 2008. **Prinsip – Prinsip Pemasaran**. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga
- Manullang, M. 2002. **Dasar – Dasar Manajemen**. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Saladin, Djasalim. 2001. **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian**. Bandung: Linda Karya.
- Sulastiyono, Agus. 2006. **Manajemen Penyelenggaraan Hotel**. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2004. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran**. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu dan Irawan. 2002. **Manajemen Pemasaran Modern**. Jakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. **Service Management**. Yogyakarta: Andi.