

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price suitability and facilities partially and simultaneously on guest satisfaction. This research was conducted at W Bali Seminyak. The population used guests who stayed at W Bali Seminyak and a sample of 100 respondents. The data analysis technique uses Partial Correlation Analysis, Multiple Correlation Analysis, t and f test, Test Coefficient of Determination. From the results of the study, it can be seen that: (1) service quality has a positive and significant influence between service quality on customer satisfaction at W Bali Seminyak. This is evidenced by the regression coefficient value of 0.248, the tcount value = 2.446 is greater than the t table = 1.985 with a significant level of 0.016 which meets the significant provisions <0.050. (2) price suitability has a positive and significant influence between price suitability on customer satisfaction at W Bali Seminyak. This is evidenced by the regression coefficient value of 0.381, the t count value = 2.909 is greater than the t table = 1.985 with a significant level of 0.005 which meets the significant provisions <0.050. (3) facilities There is a positive and significant influence between facilities on customer satisfaction at W Bali Seminyak. The regression coefficient value of 0.303 provides evidence for the relationship under consideration. Furthermore, the t count value of 2.769 exceeds the critical t value of 1.985 at a significance level of 0.007, thereby satisfying the significance criteria of less than 0.050. (4) simultaneously service quality, price suitability and facilities have a significant effect on guest satisfaction, this is evidenced by the regression equation, $Y = 0.135 + 0.248X_1 + 0.381X_2 + 0.303X_3$, and the value of F count = 40.511 is exceeds than F table= 2.699 with a significant level of 0.000 which meets the significant provisions < 0.050. The magnitude of the influence of service quality, price suitability and facilities simultaneously contributed 55.9% to customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price Appropriateness, Facilities and Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kesesuaian harga dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap kepuasan tamu. Penelitian ini dilakukan di W Bali Seminyak. Populasi menggunakan tamu yang menginap di W Bali Seminyak dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Korelasi Parsial, Analisis Korelasi Berganda, Uji t dan Uji f, Uji Koefisien Determinasi. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa: (1) kualitas pelayanan pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di W Bali Seminyak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,248, nilai $t_{hitung} = 2,446$ lebih besar dari pada $t_{tabel} = 1,985$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,016 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,050$. (2) kesesuaian harga pengaruh positif dan signifikan antara kesesuaian harga terhadap Kepuasan konsumen di W Bali Seminyak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,381, nilai $t_{hitung} = 2,909$ lebih besar dari pada $t_{tabel} = 1,985$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,005 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,050$. (3) fasilitas Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen di W Bali Seminyak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,303, nilai $t_{hitung} = 2,769$ lebih besar dari pada $t_{tabel} = 1,985$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,007 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,050$. (4) secara simultan kualitas pelayanan, kesesuaian harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, tersebut dibuktikan dengan persamaan Regresi, $Y = 0,135 + 0,248X_1 + 0,381X_2 + 0,303X_3$, dan nilai $F_{hitung} = 40,511$ lebih besar dari pada $F_{tabel} = 2,699$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,000 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,050$. Besarnya pengaruh Kualitas pelayanan, Kesesuaian harga dan Fasilitas secara simultan memberikan kontribusi sebesar 55,9% terhadap Kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kesesuaian Harga, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen