

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sembiring, Anje Ripa Br

2025

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/548>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR
BERASTAGI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ANJE RIPA BR SEMBIRING
NPM : 210110110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR
BERASTAGI**

ANJE RIPA BR SEMBIRING
NPM : 210110110



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi

Disetujui Oleh:
Pembimbing



Ir. Anisa Irani Tarigan
NIDN: 0108108002

Anitha Paulina Tinambunan, SE, M.Si
NIDN: 0003046301

PENGESAHAN SKRIPSI

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR
BERASTAGI

ANJE RIPA BR SEMBIRING


NPM : 210110110

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 30 Juni 2025

Penguji

Penguji II


Darwis Tamba, SE, M.Si
NIDN: 0103056601


Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106501

UNIKASANTOTHOMAS

Ketua Penguji



Anitha Paulina Tinambunan, SE, M.Si
NIDN : 0003046301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ANJE RIPA BR SEMBIRING

NPM : 210110093

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR BERASTAGI

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 30 Juni 2025
Peneliti

ANJE RIPA BR SEMBIRING
210110110

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas

Nama : ANJE RIPA BR SEMBIRING
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Suka, 03 Oktober 2002
Agama : Katolik
Nama Ayah : Jasmani Sembiring
Nama Ibu : Setia Masa Br Sitepu
Alamat Orangtua : Desa Suka, Kecamatan Tigapanah, Kabupaten Karo.
Alamat Penulis : Jl. Flamboyan Raya, GG. Bersama 1 No.06
Kecamatan Medan Selayang
Nomor HP : 081266303811

Riwayat Pendidikan

1. 2008-2014 : SD Negeri 040542 Suka
2. 2014-2017 : SMP Negeri 2 Tigapanah
3. 2018-2021 : SMA Katolik 1 Kabanjahe
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025.

MOTTO

“Karena Masa Depan Sungguh Ada Dan Harapanmu Tidak akan Hilang.”

(Matius 21:22)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“Tak semua Usaha Itu Dipermudah, Tapi Semua Yang Berusaha, Pasti Berubah.”

(2 Tawarikh 15:7)



ABSTRAK

ANJE RIPA BR SEMBIRING, 210110110, (2025) “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR BERASTAGI”

Pembimbing: Anitha Paulina Tinambunan, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Paling Dominan Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi. Data diperoleh langsung dari responden pada Hotel Suite Pakar Berastagi. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menginap pada Hotel Suite Pakar Berastagi dan jumlah sampel penelitian ini 125 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, dan analisis faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 25 variabel, terbentuk 4 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Suite Pakar Berastagi berdasarkan penamaan faktornya yaitu faktor 1 fasilitas, faktor 2 promosi, faktor 3 lokasi dan faktor 4 harga. Angka KMO *Measure Of Sampling Adequacy* (MSA) sebesar 0,924 diatas 0,50, dengan signifikan 0,000, maka variabel layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis faktor. Faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Suite Pakar Berastagi adalah faktor harga yaitu keterjangkauan harga dengan nilai korelasi sebesar 0,779. Saran yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu sebaiknya manajer Hotel Suite Pakar Berastagi untuk menyesuaikan harga dengan kualitas layanan, meningkatkan keamanan parkir, fasilitas dan perlengkapan kamar serta meningkatkan pelayanan terhadap kebutuhan khusus konsumen.

Kata kunci : *Kepuasan Konsumen, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas.*

ABSTRACT

ANJE RIPA BR SEMBIRING, 210110110, (2025) “FAKTORS WHAT AFFECTS CONSUMER SATISFACTION AT HOTEL SUITE PAKAR BERASTAGI”

Supervisor : Anitha Paulina Tinambunan, SE, M.Si

This study aims to find out the most dominant factors affecting consumer satisfaction in Hotel Suite Pakar Berastagi. Data was obtained directly from respondents at Hotel Suite Pakar Berastagi. The population of this study is consumers who stay at the Hotel Suite Pakar Berastagi and the number of samples in this study is 125 respondents. The analysis techniques used in this study are validity and reliability tests, and factor analysis. The results of this study show that out of 25 variables, 4 factors were formed that affect consumer satisfaction at the Berastagi Expert Suite Hotel based on the naming of the factors, namely factor 1 facility, factor 2 promotion, factor 3 location and factor 4 price. The KMO Measure Of Sampling Adequacy (MSA) number is 0.924 above 0.50, with a significant 0.000, so the variable is suitable for further analysis using factor analysis. The most dominant factors affecting consumer satisfaction at Hotel Suite Pakar Berastagi are the price factor, namely price affordability with a correlation value of 0.779. The advice given to increase consumer satisfaction is that the manager of the Hotel Suite Pakar Berastagi should adjust the price to the quality of service, improve parking security, facilities and room equipment and improve service to the specific needs of consumers.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Price, Location, Promotion, Service Quality, Facilities.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL SUITE PAKAR BERASTAGI”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom S.H, M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, S.E., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, S.E., M.Si**, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

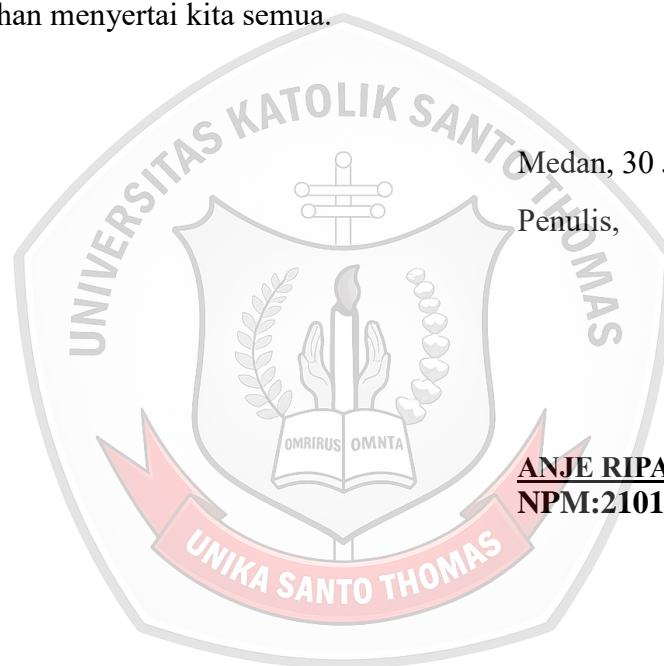
5. Ibu **Anitha Paulina Tinambunan, S.E., M.Si**, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Darwis Tamba, S.E., M.Si**, selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu **Dra. Betniar Purba, M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teristimewa dan tersayang kepada kedua orang tua penulis, Alm. Bapak Jasmani Sembiring dan Ibu Setia Masa Br Sitepu. Gelar sarjana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, terimakasih atas doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi tiada henti selama perjalanan studi penulis, mereka memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tidak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar Sarjana.
11. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, Samadi Sembiring, Jonar Mando Sembiring, Asella Astria Br Sembiring atas segala dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang selalu diberikan. Terima kasih telah menjadi

teman berbagi cerita, tempat bertanya, serta sumber inspirasi yang membuat penulis terus semangat menyelesaikan studi ini.

12. Kepada keponakanku tersayang Netta Zilvania Br Tarigan yang selalu membawa kebahagiaan, semangat, warna dan keceriaan yang membuat perjalanan ini lebih bermakna. Semoga kelak kamu juga selalu diberikan kemudahan dan kesuksesan dalam setiap langkah hidupmu.
13. Kepada sahabat-sahabat penulis, Dewi Kartika Br Karo, Tri Salonika Br Tarigan, Honey Honesty Siringo Ringo, Fisky Antonius Sihotang. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penuh cerita ini dalam tawa, tangis, hingga perjuangan menghadapi skripsi ini.
14. Kepada sahabat-sahabat satu kos penulis, Nisdar Destari Telaumbanua dan Dinda Patresia Samosir. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan penuh warna.
15. Kepada sahabat-sahabatku mulai dari SD, Sendiana Br Ginting dan Irenika Br Bangun. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penuh cerita ini dalam tawa, tangis, hingga perjuangan menghadapi skripsi ini.
16. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen C 2021, serta teman-teman seperdopingan yaitu Desi Sihol Parhusip yang turut mendukung, memberikan saran dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut memberikan dukungan kepada penulis dalam dalam proses penyelesaian skripsi ini.
18. Dan Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih telah berjuang dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan keberanian melewati setiap tantangan selama proses ini. Aku bangga atas segala usaha dan pengorbanan yang telah

kulakukan, meskipun tidak selalu mudah. Perjalanan ini mengajarkanku arti ketekunan dan keyakinan bahwa setiap langkah kecil membawa aku lebih dekat ke tujuan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka atas kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Semoga Tuhan menyertai kita semua.



Medan, 30 Juni 2025

Penulis,

ANJE RIPA BR SEMBIRING
NPM:210110110

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	12
2.2 Bauran Pemasaran Jasa	13
2.3 Karakteristik Jasa	15
2.4 Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	19
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	25
2.5 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28

3.2.2 Sampel	28
3.3 Operasionalisasi Variabel	29
3.4 Skala Pengukuran Variabel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	33
3.6.2 Analisis Faktor	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1 Sejarah Hotel Suite Pakar Berastagi	38
4.1.2 Visi dan Misi Hotel Suite Pakar Berastagi	38
4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Suite Pakar Berastagi	37
4.2 Deskripsi Variabel	42
4.2.1 Deskripsi Variabel Harga	42
4.2.2 Deskripsi Variabel Lokasi	43
4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi	43
4.2.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	43
4.2.5 Deskripsi Variabel Fasilitas	43
4.3 Karakteristik Responden	44
4.3.1 Jenis Kelamin Responden	44
4.3.2 Usia Responden	45
4.4 Tanggapan Responden	45
4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.6 Hasil Penelitian	57
4.6.1 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	57
4.6.2 <i>Anti Image Correlatio</i>	57

4.7 Pembahasan	65
4.7.1 <i>Communalities</i>	65
4.7.2 <i>Total Variance Explained</i>	67
4.7.3 <i>Component Matrix</i>	75
4.7.4. <i>Rotated Component Matrix</i>	76
4.7.5. <i>Component Transformation Matrix</i>	82
4.7.6 Faktor-Faktor Yang Paling Dominan Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Harga Kamar di Hotel Suite Pakar Berastagi	5
1.2	Perbandingan Harga Kamar di Hotel Suite Pakar Berastagi dengan Hotel Grand Pinus Berastagi	7
1.3	Jumlah tamu yang Menginap Di Hotel Suite Pakar Berastagi Tahun 2022-2024 Realisasi Kamar	9
3.1	Skala Pengukuran Variabel	32
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	Persentase Tanggapan Responden Tentang Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi	50
4.4	<i>Case Processing Summary</i>	55
4.5	<i>Reliability Statistics</i>	55
4.6	Item- Total Statistics	56
4.7	<i>KMO and Bartlett's Test</i>	57
4.8	<i>Anti Image Matrices</i>	58
4.9	<i>Anti Image Matrices (Lanjutan)</i>	61
4.10	<i>Anti Image Matrices (Lanjutan)</i>	63
4.11	<i>Anti Image Matrices (Lanjutan)</i>	64
4.12	<i>Communalities</i>	65
4.13	<i>Total Variance Explained</i>	69
4.14	<i>Component Matrix (a)</i>	71
4.15	<i>Rotated component matrix</i>	76
4.16	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi	81
4.17	<i>Component Transformation Matrix</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	27
4.1	Struktur Organisasi	39
4.2	<i>Scree Plot</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1.	Kuesioner Penelitian
2.	Jawaban Kuesioner Responden Tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Hotel Suite Pakar Berastagi
3.	Hasil Print Output SPSS Versi 26.
4.	Surat Pengajuan Judul Skripsi
5.	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
6.	Surat Permohonan Riset
7.	Surat Balasan Riset
8.	Surat Undangan Seminar Proposal Skripsi
9.	Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
10.	Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi
11.	Lembar ACC Ganda
12.	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
13.	Surat Undangan Meja Hijau
14.	Kartu Bimbingan Skripsi

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baroroh, Khairul. (2013). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fatihudin, Didin & Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi
- Hasan, Ali. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Indrasari, Muhammad. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip & Amstrong Gary. (2019). *Principles of Marketing (Prinsip-Prinsip Pemasaran)*, Terjemahan Bob Sabran. Jilid 2 Edisi ke-12. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management (Pemasaran Manajemen)*. Terjemahan Dwi Susanto. Jilid 2 Edisi ke-13. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Lovelock, Christopher, (2017). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, (Pemasaran Jasa: Orang, Teknologi, Strategi). Terjemahan Dwi Susanto. Jilid 1 Edisi ke-7. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi & Hamdani, (2014). *Manajemen Pemasaran jasa*, Edisi 2. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Munawir. (2018). *Manajemen Fasilitas*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie. Lazar, (2008), *Consumer Behavior, (Perilaku Konsumen)*, Terjemahan Kanti Iriani. Edisi ke-7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danan. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*". Jakarta: PT Buku Seru.
- Supranto, Joseph. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. (2019). *Service Marketing, (Pemasaran Jasa)*, Terjemahan Widawati. Jilid 1 Edisi ke-3. Yogyakarta: Penerbit Andi.



JURNAL

- Aisha, N., & Azhar, M. E. (2022). *Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu Menginap Di the Hill Resort Sibolangit*. In *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, Vol. 3 No. 1, Hal. 361-377
- Fanny, F., & Lestari, R. B. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Harvani Palembang*. In *MDP Student Conference*, Vol. 2 No. 2, Hal 319-325.
- Lidyana, N., & Wulandari, I. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Hotel Tampiaro Kota Probolinggo*. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 4 No.1, Hal 78-83.

