

ABSTRACT

The this research analyzes the effect of perceived price, service quality, on word of mouth. Customer satisfaction serves as a mediating variable. Respondent were in the guests of Maharadja Hotel, Jakarta who had stayed at least two time withing the last six months. Both primary and secondary data were employed. Secondary data were gathered from various sources such as journals, books, and other related publications. Primary data were gathered using questionnaire distributed to the target respondens. Using an accidental sampling technique, a total 100 responden were obtained. Path analisis wash employed in in study. The result showed that perceived price, service quality, had a positive and significant effect both partially and simultanously on customer satisfaction. It was also found that perceived price, service quality had positive and significant effect on word of mouth. Perceived price, service quality and customer satisfaction simultanously has positive and significant influence on word of mouth perceived price was found dominant. It is suggested to increase price competitiveness through discounts,direct gift.in the next research, variable such as locasion or facilit,y can be used to see how the effect of them to word of mouth.

Keyword:perceived price, service quality, customer satisfaction and word of mouth.



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*. Kepuasan tamu berperan sebagai penghubung antara variabel independen terhadap variabel dependen responden penelitian ini adalah tamu hotel di hotel Maharadja Jakarta yang tinggal dua kali dalam enam bulan . Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti: jurnal, buku dan publikasi terkait yang relevan. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada target responden. 100 responden diperoleh dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pengukuran model dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analisis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan tamu secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Persepsi harga memiliki pengaruh yang dominan. Disarankan untuk meningkatkan harga bersaing melalui pemberian diskon atau potongan harga. Pada Penelitian selanjutnya, variabel lain seperti lokasi atau fasilitas, dapat digunakan melihat pengaruhnya terhadap *word of mouth*.

Kata kunci: persepsi harga, kualitas pelayanan, kepuasan tamu, *word of mouth*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Serta dampaknya Terhadap *Word of Mouth* Hotel Maharadja Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bodro Irawan

NIM : 55115110042

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : Januari 2017

Mengesahkan

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Muchsin S. Shihab, MBA., Ph.D)

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Serta dampaknya Terhadap *Word of Mouth* Hotel Maharadja Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bodro Irawan

NIM : 55115110042

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : Januari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan Karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Januari 2017

Bodro Irawan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu hotel serta dampaknya *word of mouth* Hotel Maharadja Jakarta. Selesaiannya Tesis ini sesuai motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D**, sebagai Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya dalam proses penyusunan dan penyelesaian Tesis ini.
2. Bapak **Dr. Mudji Sabar, MM**, selaku ketua sidang tesis, dan Bapak **Ir. Har Adi Basri, Mec, Ph.D**, sebagai penguji tesis yang telah membantu memberikan arahan dan nasihat.
3. **Prof. Dr. Didik J. Rachbini** selaku Direktur Program Pascasarjana.
4. **Dr. Aty Herawati, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingannya selama penulis mengikuti perkuliahan sehingga menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pandangan.
6. Para staf administrasi, sekretariat Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanannya selama penulis mengikuti perkuliahan sehingga berjalan lancar.
7. Kedua orang tua, kakakku dan keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan serta memberikan dukungan untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Teman – teman mahasiswa yang menjadi partner belajar, mengerjakan tugas dan diskusi bersama.

9. Rekan-rekan khususnya di Hotel Maharadja Jakarta telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih belum sempurna. Dengan tangan terbuka penulis menerima saran dan kritik membangun guna menyempurnakan Tesis ini. Kiranya Tesis ini dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu Manajemen pada khususnya dan bidang industri perhotelan kemajuan di indonesia secara umum.

Penulis

Bodro Irawan



DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3. Perumusan Masalah | 9 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian | 11 |
| BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN | |
| 2.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 12 |
| 2.2. Lingkup Bidang Usaha..... | 19 |
| 2.3. Sumber Daya..... | 21 |
| 2.4. Tantangan Bisnis..... | 22 |
| 2.5. Proses Bisnis | 23 |
| BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 3.1. Persepsi Harga..... | 26 |
| 3.2. Kualitas Pelayanan | 28 |
| 3.3. Kepuasan Tamu..... | 30 |
| 3.4. Word of Mouth..... | 32 |
| 3.5. Penelitian Terdahulu | 37 |
| 3.6. Kerangka Pemikiran..... | 39 |
| 3.7. Hipotesis..... | 41 |

| | | |
|-----------------------------|--|-----|
| BAB IV | METODE PENELITIAN | |
| 4.1. | Jenis/Desain Penelitian..... | 42 |
| 4.2. | Variabel Penelitian | 43 |
| 4.3. | Populasi dan Sampel Penelitian | 45 |
| 4.4. | Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 4.5. | Teknik Pengumpulan Data..... | 47 |
| 4.6. | Teknik Analisis Data..... | 48 |
| 4.7. | Uji Hipotesis | 53 |
| BAB V | HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 5.1. | Hasil Penelitian | 60 |
| 5.2. | Analisis Data | 62 |
| 5.3. | Hasil Uji Asumsi Klasik | 64 |
| 5.4. | Hasil Uji Hipotesis | 67 |
| 5.5. | Matrik Korelasi | 75 |
| 5.6. | Interprestasi Pembahasan Analisis Jalur 1 dan Jalur 2..... | 79 |
| BAB VI | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1. | Kesimpulan | 80 |
| 6.2. | Saran..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 86 |
| LAMPIRAN | | 90 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | 110 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1 | Penelitian Terdahulu | 39 |
| Tabel 4.1 | Operasional Variabel Penelitian | 48 |
| Tabel 4.2 | Skala Penilaian Untuk Variabel | 52 |
| Tabel 4.3 | Matrik Korelasi Antar Dimensi dan Variabel | 56 |
| Tabel 4.4 | Pedoman Koefisien Korelasi | 60 |
| Tabel 5.1. | Karakteristik Responden Berdasarkan Kreteria | 64 |
| Tabel 5.2 | Hasil Pengujian Validitas | 66 |
| Tabel 5.3 | Hasil Pengujian Realibilitas | 67 |
| Tabel 5.4 | Koefisien Korelasi Antar Variabel | 72 |
| Tabel 5.5 | Matrik Analisis Korelasi Antar Dimensi | 73 |
| Tabel 5.6 | Uji -t dan Uji -F jalur model 1 | 73 |
| Tabel 5.7 | Uji -t dan Uji -F Jalur model 2 | 75 |
| Tabel 5.8 | Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total | 77 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Struktur Organisasi | 16 |
| Gambar 2.3. | Profile SDM Hotel Maharadja | 23 |
| Gambar 3.2. | KerangkaPemikiran..... | 41 |
| Gambar 5.1. | HasilPengujianNormalitas Model 1 | 69 |
| Gambar 5.2 | HasilPengujianNormalitas Model 2 | 69 |
| Gambar 5.3 | HasilPengujianHeteroskedastisitas | 70 |
| Gambar 5.4 | HasilPengujianHeteroskedastisitas | 71 |
| Gambar 5.5 | KausalEmpirisAntarJalur Model 1 dan Model 2 | 78 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|-------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 | Form Kuesioner | 91 |
| Lampiran 2 | Uji Validitas dan Realibilitas..... | 94 |
| Lampiran 3 | Rekapitulasi Data..... | 100 |
| Lampiran 4 | Distribusi Frekuensi..... | 104 |
| Lampiran 5 | Uji Normalitas..... | 105 |
| Lampiran 6 | Uji Heteroskedastissitas | 106 |
| Lampiran 7 | Korelasi Antar Variabel..... | 107 |
| Lampiran 8 | Korelasi Antar Dimensi..... | 108 |
| Lampiran 9 | Analisis Jalur..... | 109 |

