

## **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI**

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa (Harga, Tempat, dan Proses) terhadap kepuasan Tamu di Hotel Grand Orri Berastagi. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 95 orang tamu hotel sebagai responden. Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji model (uji F). Hasil analisis regresi linier berganda  $Y = 28,863 + 2,398X_1 + 1,338X_2 + 1,382X_3 + e$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, tempat, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal tersebut dapat dibuktikan dari Uji F. Hasil uji F secara simultan diketahui bahwa harga, tempat, dan proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $469,488 > 2,705$ ). Dengan demikian harga, tempat, dan lokasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Grand Orri Berastagi. Variabel bebas (harga, tempat, dan proses) mampu menjelaskan variabel terikat (Kepuasan tamu) sebesar 93,7% dan sebanyak 6,3% variabel Kepuasan Tamu dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Tempat, Proses, kepuasan Pelanggan.**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN  
TAMU HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI**

**ABSTRACT**

*The purpose of the study was to determine the effect of the service marketing mix (Price, Place, and Process) on guest satisfaction at the Grand Orri Hotel Berastagi. The type of research used was a quantitative approach. The sample used was 95 hotel guests as respondents. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression test, partial test (t test), model test (F test). The results of multiple linear regression analysis  $Y = 28,863 + 2,398X_1 + 1,338X_2 + 1,382X_3 + e$ . The results showed that the price variable, place and process have a significant effect on guest satisfaction. This can be proven from the F test. The results of the F test simultaneously show that price, place, and process have a significant influence on guest satisfaction where  $F_{count} > F_{table}$  ( $469.488 > 2.705$ ). Thus price, place and location simultaneously have a significant effect on guest satisfaction at Grand Orri Berastagi Hotel. ses) is able to explain the dependent variable (guest satisfaction) of 93.7% and as much as 6.3% of the guest satisfaction variable is explained by other variables outside of this study.*

*Keywords : Price, Place, Process, Customer satisfaction.*

