

ABSTRAK

Aurada Visama, NIM 7202210002 “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Danau Toba Internasional”. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Danau Toba Internasional. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini berjumlah 62.166 orang. Pengambilan sampel menggunakan Teknik Purposive Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program *SPSS 25 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, serta Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0,319 yang berarti bahwa pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 31,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Aurada Visama, NIM 7202210002 "The Influence of Price Perception and Service Quality on Consumer Satisfaction at the International Lake Toba Hotel". Thesis of the Department of Management, Faculty of Economics, Medan State University, 2024.

This study aims to determine the influence of Price Perception and Service Quality on Consumer Satisfaction at the International Lake Toba Hotel. This study uses a quantitative method, the population in this study is 62,166 people. Sampling was done using the Purposive Sampling Technique with a sample of 100 respondents. The data analysis techniques used in this study were validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test, multiple linear regression, t test, f test, and determination coefficient test using the *SPSS 25 for windows* program. The results of the study show that Price Perception has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, and Price Perception and Service Quality have a positive and significant effect simultaneously on Consumer Satisfaction. The determination coefficient test showed an R square value of 0.319 which means that the influence of Price Perception and Service Quality on Consumer Satisfaction was 31.9% while the rest was influenced by other variables that were not tested in this study.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Consumer Satisfaction

THE
Character Building
UNIVERSITY