

**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI HOTEL ROYAL AMBARRUKMO  
YOGYAKARTA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Nilai Harga, Nilai Kualitas Layanan, Nilai Emosional, dan Nilai Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dan mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang sekaligus pelanggan dari hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dengan batasan usia 17 tahun yang telah menggunakan jasa dan layanan hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dalam kurun waktu Oktober 2020 hingga Maret 2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei melalui distribusi kuesioner sebagai instrumen penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Secara parsial nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, (2) Secara parsial nilai kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, (3) Secara parsial nilai emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, (4) Secara parsial nilai sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, (5) *Customer value* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. (6) Nilai emosional merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Hasil penelitian ini membawa implikasi bagi peneliti selanjutnya guna mengkaji mengenai kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini membawa implikasi bagi hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta untuk merumuskan strategi nilai sosial agar dapat mempengaruhi kepuasan.

**Kata Kunci:** Nilai Harga, Nilai Kualitas Layanan, Nilai Emosional, Nilai Sosial, Kepuasan Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUES TOWARDS  
CUSTOMER SATISFACTION AT HOTEL ROYAL  
AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of price, performance value, emotional value, and sosial value towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta and to acknowlegde the most influence variable towards customer satisfaction. The sample of this research collected by disseminating questionnaires and used survey method to 100 respondents who are also customers of Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta with average ages of 17 years old and have purchased and used services of Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta from October 2020 to March 2021. Research was conducted using a quantitative descriptive approach. Result of this research showed that: (1) Partially price has a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, (2) Partially performance value has a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, (3) Partially emotional value has a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, (4) Meanwhile social value has not a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, (5) Simultaneously customer value have a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, (6) Emotional value is the most dominant variable that has a positive and significant effect towards customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta. These results have implications for future researchers to study customer satisfaction at Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta. The finding of this have research implications for management of Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta to formulate social value in order to influence customer satisfaction.*

**Keywords:** *Price, Performance Value, Emotional Value, Social Value, and Customer Satisfaction.*