

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MANCANEGERA MENGINAP PADA TEJAPRANA RESORT & SPA UBUD**

**Oleh :  
Ni Luh Putu Eka Suniarti**

## **ABSTRAK**

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak manajemen Tejaprana Resort & Spa, target penjualan jasa resort dan spa mencapai target penjualan. Hal ini mengindikasikan terjadinya kepuasan pengunjung terlihat dari target realisasi penjualan jasa resort dan spa dalam lima (5) tahun terakhir yang terus mengalami fluktuasi. Kondisi naik turunnya target realisasi penjualan Tejaprana Resort & Spa menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh pihak hotel.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud. Metode penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau disebut data kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (multiple regression).

Berdasarkan hasil olah data dalam penelitian ini, pada tabel t-table, untuk pengukuran sejumlah 92 sampel, maka didapatkan nilai t-tabel sebesar 1.663. Maka dengan t hitung sebesar 3.811 untuk X1\_Kualitas Pelayanan, 3.273 untuk X2\_Produk, 2.109 untuk X3\_Harga, 3.004 untuk X4\_Lokasi dan 1.883 untuk X5\_Promosi, yang artinya  $t\text{-(hitung)} > t_1\text{-}(3.811 > 1.663)$ ,  $t_2\text{-}(3.273 > 1.663)$ ,  $t_3\text{-}(2.109 > 1.663)$ ,  $t_4\text{-}(3.004 > 1.663)$  dan  $t_5\text{-}(1.883 > 1.663)$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_1$ . Dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS dengan penerimaan hipotesa pertama.

*Kata Kunci : Hotel, Bauran Pemasaran, Wisatawan Mancanegara, Ubud*

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik itu bidang manufaktur (barang) maupun jasa. Hal tersebut memberikan efek persaingan yang semakin kuat bagi pelaku sektor barang dan jasa. Menurut Sunyoto (2013 : 1), pemahaman akan perilaku konsumen dapat diaplikasikan dalam beberapa hal seperti perancangan strategi pemasaran yang baik serta sebagai dasar pembuat keputusan membuat kebijakan publik.

Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang sangat diminati, selain pariwisata merupakan salah satu sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat dan merupakan penyumbang devisa terbesar negara. Banyak pengusaha yang menjadikan industri pariwisata sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan terutama dalam bidang akomodasi. Salah satu destinasi populer para wisatawan asing maupun mancanegara adalah Bali. Terbukti dengan terpilihnya Pulau Dewata Bali sebagai pulau terindah di dunia pilihan pembaca majalah Conde Nast Traveller Rusia. Salah satu destinasi pariwisata yang terkenal di Bali adalah daerah Ubud yang terletak di kabupaten Gianyar. Ubud memiliki daya tarik tersendiri dibanding daerah tujuan wisata lainnya di Bali, yaitu keindahan panorama persawahan dan lembah-lembah hijau serta budaya historikalnya. Karenanya banyak sekali wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Ubud. Adanya fenomena ini berpengaruh pada kemunculan akomodasi dan hiburan wisata di daerah Ubud itu sendiri.

Tejaprana Resort & Spa merupakan salah satu resort baru yang mulai beroperasi pada bulan Maret 2016, terletak di kawasan Tegallalang, 4 km sebelah utara dari kota budaya Ubud, Bali. Ubud terletak di dataran tinggi tengah Bali, 36 km dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Tegallalang dikenal untuk persawahan, salah satu gambar yang paling ikon dari Bali. Semua vila yang berada di Tejaprana Resort & Spa menghadap timur yang dikondisikan agar memungkinkan para tamu untuk menikmati manfaat matahari pagi. Hal ini dilakukan oleh pihak manajemen agar para pengunjung merasa puas dan mengambil keputusan untuk tinggal di Tejaprana Resort & Spa.

Berdasarkan data *Sales & Department* Tejaprana Resort & Spa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat setiap bulannya. Berikut tabel kunjungan wisatawan mancanegara ke Tejaprana Resort & Spa pada tahun 2016:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisman ke Tejaprana Resort & Spa

Maret - Desember 2016

NO	BULAN	EROPA	ASIA	AUSTRALIA	TOTAL
1	Maret	46	38	28	112
2	April	64	52	45	161
3	Mei	134	46	72	252
4	Juni	121	54	68	243
5	Juli	168	86	68	322
6	Agustus	219	102	86	407
7	September	117	73	71	261
8	Oktober	146	86	85	317
9	November	103	79	39	221
10	Desember	98	61	36	195
JUMLAH		1216	677	598	2491

Merujuk kepada tabel 1.1 di atas, menunjukkan wisatawan berkebangsaan Eropa merupakan pengunjung terbanyak di Tejaprana Resort & Spa.

Dimana menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006 : 145). Bersamaan dengan semakin bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa hotel di pulau Bali mendorong para pengusaha di bidang jasa perhotelan menginvestasikan kekayaannya di sektor perhotelan di pulau ini dengan menawarkan kualitas pelayanan terbaik kepada pengunjungnya. Hal ini dikarenakan penurunan kualitas pelayanan dapat berdampak pada berpindahnya calon pelanggan kepada para pesaing. Walau demikian Sebagaimana pendapat Kotler (2010 : 17) menjelaskan bahwa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi

mampu membangun reputasi merek sebuah produk atau jasa yang kemudian dapat mempengaruhi mempertahankan keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Disamping itu Kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa wilkie (1990) dalam Tjiptono (2006 : 110). Apabila konsumen puas maka konsumen akan percaya pada perusahaan tersebut dan akan memutuskan pembelian berulang, namun sebaliknya apabila mereka tidak puas, konsumen akan memutuskan pembelian ke perusahaan pesaing.

Pokok Permasalahan Penelitian ini berdasarkan Latar Belakang Masalah yang dijelaskan, adalah :

- a. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud.
- b. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan), produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi pelaksanaan penelitian adalah Tejaprana Resort & Spa yang beralamat di Banjar Sapat, Tegallalang - Ubud, Gianyar, Bali, Indonesia. Dengan objek penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*) terhadap keputusan wisatawan mancanegara

menginap di resort & spa, Tejaprana Ubud.

Pada Penelitian ini digunakan model regresi yaitu regresi linier berganda untuk melihat tingkat Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Menginap Pada Resort & Spa, Tejaprana Ubud. Untuk penelitian ini menggunakan uji validitas instrumen dan reliabilitas instrumen dimana untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner yang disebar dan seberapa kuat (reliabel) pengaruh dari instrumen variabel yang diteliti baik itu variabel independen atau variabel dependen. Analisis Regresi Linier Berganda ini diproses menggunakan program komputer *Statistical Package For Social Science Versi 21 (SPSS)*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Teknik analisis linier berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah agar dapat melihat korelasi satu variabel dependen dengan satu ataupun lebih variabel independen pada penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Menginap Pada Resort & Spa, Tejaprana Ubud.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	6.613	.611		10.814	.000
	Kualitas Pelayanan	.079	.021	.276	3.811	.000
1	Produk	.116	.035	.280	3.273	.002
	Harga	.155	.140	.160	2.109	.027
	Lokasi	.075	.025	.179	3.004	.003
	Promosi	.255	.063	.143	1.883	.038

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap

Berdasarkan Tabel 1, maka rumusan regresi linier bergandanya yaitu:

$$Y = a + B_1.X_1 + B_2.X_2 + B_3.X_3 + B_4.X_4 + B_5.X_5$$

$$Y = 6.613 + (0,079 X_1) + (0,116 X_2) + (0,155 X_3) + (0,075 X_4) + (0,255 X_5)$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat dijelaskan Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- $B_1 = 0,079$  artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sedangkan produk, harga, lokasi dan promosi tetap, maka keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,079 poin.
- $B_2 = 0,116$  artinya apabila kualitas produk meningkat sedangkan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi tetap, maka keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,116 poin.
- $B_3 = 0,155$  artinya apabila harga meningkat sedangkan kualitas pelayanan produk, lokasi dan promosi tetap, maka keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,155 poin.

- $B_4 = 0,075$  artinya apabila lokasi meningkat sedangkan kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi tetap, maka keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,075 poin.
- $B_5 = 0,255$  artinya apabila promosi meningkat sedangkan kualitas pelayanan, produk, harga dan lokasi tetap, maka keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,255 poin.

### UJI SIMULTAN (F- test)

Pengujian hipotesis yang diajukan akan menggunakan uji F dengan menggunakan program SPSS versi 17.0 *for windows* dengan bertujuan untuk menguji koefisien yang telah diperoleh dalam perhitungan sebelumnya. Untuk pengujian hipotesis yang diajukan digunakan uji F. Analisis ini bertujuan untuk menguji koefisien yang telah diperoleh dalam perhitungan sebelumnya.

### ANOVA Hasil Uji Simultan (F-test)

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.511	2	.172	4.421	.322 <sup>a</sup>
Residual	6.196	90	.225		
Total	6.707	92			

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y\_1

Nilai F dalam tabel di atas adalah 4.421. Angka ini adalah nilai F hitung, yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai F tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

secara simultan antara X1\_Kualitas Pelayanan, X2\_Produk, X3\_Harga, X4\_Lokasi, X5\_Promosi terhadap Y\_Keputusan Menginap dan sebaliknya.

Pada tabel F, untuk pengukuran sejumlah 92 sampel, maka didapatkan nilai F tabel sebesar 3,94. Maka dengan F hitung sebesar 5,776, yang artinya  $F(\text{hitung}) > F(\text{tabel})$  ( $4.421 > 3,94$ ) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_2$ . Hal tersebut berarti hipotesa kedua diterima yang berbunyi “Kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud.”

**Tabel 4**

**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 <sup>a</sup>	.846	.822	.76428

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y\_1

Sumber : Lampiran

Sesuai hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien korelasi ( $R^2$ ) sebesar 0,846 hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang sangat kuat antara sebesar dengan kontribusi sebesar 84.6% dari X1\_Kualitas Pelayanan, X2\_Produk, X3\_Harga, X4\_Lokasi, X5\_Promosi terhadap Y\_Keputusan Menginap. Sedangkan sisa sejumlah 15.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Parsial (Uji t)**

Pengujian hipotesis yang diajukan akan menggunakan uji-t dengan menggunakan program SPSS versi 17.0 *for windows* dengan bertujuan untuk menguji koefisien yang telah diperoleh dalam perhitungan sebelumnya. Untuk pengujian hipotesis yang diajukan digunakan uji-t. Analisis ini bertujuan untuk menguji koefisien yang telah diperoleh dalam perhitungan sebelumnya.

**Table 5.6**

**Hasil Uji Parsial (t-test)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.502	.977		5.098	.000
X1_1	2.137	.150	.520	2.916	.311
X2_1	1.087	.119	.329	1.677	.250
X3_1	1.029	.129	.411	1.762	.331
X4_1	1.332	.141	.503	2.113	.412
X5_1	1.346	.195	.251	1.920	.308

a. Dependent Variable: Y\_1

Sumber : Lampiran

Nilai t dalam tabel di atas adalah 2.916 untuk X1\_Kualitas Pelayanan, 1.677 untuk X2\_Produk, 1.762 untuk X3\_Harga, 2.113 untuk X4\_Lokasi dan 1.920 untuk X5\_Promosi. Angka ini disebut dengan t hitung, yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung kedua variabel tersebut lebih besar dari t tabel maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara X1\_Kualitas Pelayanan, X2\_Produk, X3\_Harga, X4\_Lokasi, X5\_Promosi terhadap Y\_Keputusan Menginap dan sebaliknya.

Pada tabel t-table, untuk pengukuran sejumlah 92 sampel, maka didapatkan nilai t-tabel sebesar 1.663. Maka dengan t hitung sebesar 2.916 untuk X1\_Kualitas Pelayanan, 1.677 untuk X2\_Produk, 1.762 untuk X3\_Harga, 2.113 untuk X4\_Lokasi dan 1.920 untuk X5\_Promosi, yang artinya  $t(\text{hitung}) > t(\text{tabel})$  ( $2,916 > 1.663$ ), ( $1.677 > 1.663$ ), ( $1.762 > 1.663$ ), ( $2.113 > 1.663$ ) dan ( $1.920 > 1.663$ ) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_1$ . Hal tersebut berarti hipotesa pertama diterima yang berbunyi “Kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud.”

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS dengan penerimaan hipotesa pertama.

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mancanegara menginap pada resort & spa Tejaprana, Ubud. Hal tersebut berdasarkan hasil uji F menggunakan SPSS dengan penerimaan hipotesa kedua.

### **Saran**

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

Pihak Tejaprana Resort & Spa Ubud hendaknya dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk menginap dan meningkatkan tingkat hunian dari hotel.

Sebaiknya manajemen dari Tejaprana Resort & Spa dapat melakukan pengaturan strategi untuk harga dan promosi, dimana harga dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap di Tejaprana Resort & Spa.

## REFRENSI

- Arya. 2008. Universitas Udayana Fakultas Ekonomi dengan judul: Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan kerja Finansial Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada CV. Leo Silver Batuyang Gianyar.
- Appley Joan. 2010. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFEE.
- Dedi. 2013. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Manajemen S1 Universitas Dian Nuswantoro dengan judul: Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Lingkungan kerja Terhadap Kinerja Pegawai Hotel Pandanaran Semarang
- Dharmawan. 2011. Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar dengan judul: Pengaruh Kepemimpinan dan lingkungan kerja terhadap Kinerja Pegawai PT. Amanda Utama Denpasar
- Flippo. 2008. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hani Handoko. 2005. *Manajemen Personalia*. Yogyakarta: BPFEE.
- Hasibuan Melayu S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kartono, 2009. *Manajemen Personalia*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada.
- Mathis. 2010. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mary Kennedy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Modern*. Bandung: Mandar Maju.
- Malik Dewangga. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*, Yogyakarta: BPFEE.
- Martoyo, 2000. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Miner Antony, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Manajemen Kepegawaian)*. Bandung: Mandar Maju.
- Nitisemito Samsudin. 2000. *Manajemen Personalia*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Moekijat, 2006. *Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Penerbit Armiko.
- Notoadmodjo Soekidjo. 2008. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Renika Cipta.
- Sudarmo, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2001. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sariani. 2010. Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa dengan judul : Pengaruh Kepemimpinan dan Lingkungan kerja terhadap Kinerja Pegawai PT. Cahaya Surya Bali Indah Denpasar
- Santoso Singgih. 2008. *SPSS Panduan Lengkap Menguasai SPSS*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Administras*. Bandun: Alfabeta.
- Susilaningsih. 2008. STIE AUB Surakarta dengan judul: Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin, Motivasi, Pengawasan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Wonogiri).
- Samsudin, 2006. *Pengaruh Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. 2008. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.





