

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KAMPUNG UBUD IBUNDA BUNGALOW DI GIANYAR

Oleh:

Putu Putri Widya Pratiwi

ARTICLE INFO

Article history:

Received

Revised

Accepted

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Satisfaction is feeling happy or disappointed someone appears after comparing products that are thought of the expected results. If they are below customer expectations, they are not satisfied. If it meets expectations, customers are satisfied. Price and service quality is the customer's decision in making a decision to stay at the accommodation. Ubud Traditional House at Ibyar Bungalow in Gianyar. The formulation of the problem in this study is: What is the relation between price and quality of service to customer satisfaction in Kampung Ubud Ibunda Bungalow? The research objective was to study the interaction between price and quality of service to customer satisfaction at Kampung Ubud Ibunda Bungalow. The number of samples is determined by Slovin formula with an accidental sampling method of 96 consumers. Data were analyzed using classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple regression analysis, analysis of determination, simultaneous significance test (F-test) and partial significance test (t-test). The results showed that there was a positive and significant

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan maupun parsial antara harga dan kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin dengan metode *accidental sampling* sebanyak 96 orang konsumen. Data dianalisis dengan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis determinasi, uji signifikansi simultan (F-test) dan uji signifikansi parsial (t-test). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan maupun parsial antara harga dan kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow di Gianyar.

I. PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah menjadi salah satu industri besar di dunia. Industri pariwisata tidak hanya berperan sebagai penambah devisa negara tetapi juga membuka lapangan kerja yang luas bagi berbagai lapisan masyarakat. Aspek inilah yang menjadikan industri pariwisata sebagai salah satu sektor yang perlu mendapatkan perhatian khusus sebagai peluang bisnis dalam perekonomian Indonesia. Selain faktor-faktor yang lain seperti pendayagunaan industri kecil dan menengah dalam mendorong perekonomian nasional.

Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata di kawasan Asia Pasifik yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan Nusantara, melalui komunikasi pariwisata tidak dapat menjauhkan diri dari arus globalisasi. Pariwisata merupakan kegiatan ekonomi yang sangat kompleks yang merupakan gabungan dari suatu aktivitas, fasilitas dan jasa sehingga menggerakkan perekonomian di segala sektor. Bagi Industri pariwisata untuk lebih berkembang dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja serta mampu mendatangkan devisa bagi negara. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali, menuntut penyedia akomodasi hotel sebagai salah satu komponen penting. Adanya kecenderungan meningkatnya jumlah akomodasi penginapan setiap tahun berdampak kepada meningkatnya persaingan dalam industri perhotelan.

Agar mampu bertahan, pihak perhotelan harus memahami perilaku wisatawan selaku konsumen, seperti yang diungkapkan oleh Suprapti (2012) yaitu agar berhasil dalam setiap pasar yang dilayani, maka pemasar berusaha mempelajari dan menganalisis konsumen beserta perilakunya yang akan menjadi masukan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat. Pernyataan ini untuk memahami perilaku konsumen agar dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang

diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler : Keller, 2011).

III. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menjawab persoalan-persoalan suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi saat ini. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan data penelitian berupa angka-angka, kajian yang dilakukan tidak terlalu mendalam mengingat waktunya yang relatif lebih singkat, dan instrumen pengumpulan data yang digunakan berupa angket (kuesioner). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kampung Ubud Ibunda Bungalow yang sudah pernah menginap minimal 2 kali. Jumlah populasi penelitian ditentukan dari jumlah kunjungan wisatawan domestik pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow tahun 2018 sebanyak 2.212 orang, maka sampel sebagai responden sebanyak 96 orang wisatawan domestik. Responden diambil secara *random sampling* pada wisatawan domestik yang mengambil keputusan untuk menginap pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, kuisisioner dan studi dokumentasi. Setiap jawaban kuisisioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala *likert* sebagai berikut : STB (Sangat Tidak Baik) = Skor 1, TB (Tidak Baik) = 2, KB (Kurang Baik) = 3, B (Baik) = 4 dan SB (Sangat Baik) = 5. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu asumsi klasik, analisis koefisien regresi

linear berganda, analisis determinasi, analisis uji t (t-test) dan Analisis statistik uji f (f-test).

IV. HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada table 4.12.

Tabel 4.12
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.89193046
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.096
	Negative	.096
Test Statistic		-.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Berdasarkan output di atas terlihat bahwa nilai Sig.(2-tailed) sebesar $0,089 > 0,05$. Oleh sebab itu H_0 tidak dapat ditolak. Hal itu berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.970	1.310
X2	.970	1.310

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Berdasarkan output pada coefficient terlihat bahwa nilai *Tolerance* Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,970, sedangkan nilai *VIF* (*Varian Inflation Factor*) variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 1,310. Nilai TOL dan VIF variabel dalam kasus ini sama. Hal ini karena dalam model regresi hanya terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dengan melihat *VIF* (*Varian Inflation Factor*) variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 1,310 lebih kecil dari 10, maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-1.540	.127
X1	1.494	.144
X2	.741	.460

a. Dependent Variable: RES_2
Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Berdasarkan tabel output di atas diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil ini karena Sig. variabel Harga (X1) terdapat absolut residual sebesar $0,144 > 0,05$, variabel Kualitas Pelayanan (X2) terdapat absolut residual sebesar $0,460 > 0,05$, maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6.365	1.516
X1	.212	.037

X2	.108	.022
----	------	------

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresinya menjadi $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon_i$

Dari persamaan diatas maka dapat dibuat persamaan regresi penelitian ini adalah : $Y = 6,365 + 0,212 X_1 + 0,108 X_2 + \epsilon_i$

Interprestasi dari koefisien regresi :

$\alpha = 6,365$ secara statistik menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 6,365 persen dengan syarat variabel lain dalam penelitian ini yakni Harga (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) diasumsikan sama dengan nol.

$b_1 = 0,212$ secara statistik menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,212 yang artinya setiap terjadi (adanya) pengendalian Harga sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pelanggan sebesar 0,212 persen dengan syarat variabel lain diasumsikan sama dengan nol.

$b_2 = 0,108$ secara statistik menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,108 yang artinya setiap terjadi kenaikan (adanya) Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pelanggan sebesar 0,108 persen dengan syarat variabel lain diasumsikan sama dengan nol.

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel 4.16

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square
1	.946 ^a	.817

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,817. Hal ini berarti variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 81,70% sedangkan sisanya 0,183 atau 18,30% dijelaskan oleh variabel atau sebab – sebab lainnya di luar model penelitian.

Hasil Uji Signifikansi parsial (Uji t-Test)

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t-Test) dapat dilihat pada tabel 4.17

Tabel 4.17

Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	4.198	.000
X1	5.676	.000
X2	4.794	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui besarnya t_{hitung} untuk variabel Harga (X1) adalah = 5,676 dan nilai $sig_{hitung} = 0,000$.

Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel}

Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$)

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.17
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)
Coefficients^a

Model	T	Sig.
1 (Constant)	4.198	.000
X1	5.676	.000
X2	4.794	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui besarnya t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah = 4,794 dan nilai $sig_{hitung} = 0,000$

Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel}
 Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$)

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

Hasil uji hipotesis menggunakan uji statistik F (f-test) dapat dilihat padaa tabel 4.19.

Tabel 4.19
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-test)
ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	33.325	.000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olah data SPSS 23 for Windows, 2019

Dari tabel diatas, terlihat pada $dfn =$ derajat bebas pembilang = 2 dan $df =$ derajat bebas penyebut = 93, diperoleh besarnya $F_{hitung} = 33,325$ dan nilai $Sig_{hitung} = 0,000$.

Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}
 Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F_{tabel} Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H0 diterima dan H2 ditolak. Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka Ho ditolak dan H2 diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H0 diterima dan H2 ditolak. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H0 ditolak dan H2 diterima.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh baik, positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow di Gianyar.
2. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh baik dan positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kampung Ubud Ibunda Bungalow di Gianyar.
3. Berdasarkan kriteria dan penilaian jawaban kuisioner variabel harga, kriteria jawaban dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan no 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,20 yang menyatakan bahwa pemotongan harga yang menarik kepada tamu pada hari-hari tertentu sudah memuaskan sehingga sesuai harapan.
4. Berdasarkan kriteria dan penilaian jawaban variabel kualitas pelayanan, kriteria jawaban yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan no. 12 nilai rata-rata sebesar 4,25 yang menyatakan bahwa karyawan selalu menjaga kebersihan lingkungan hotel.
5. Berdasarkan kriteria dan penilaian jawaban variabel kepuasan pelanggan, kriteria jawaban dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan no. 1 nilai rata-rata sebesar 3,86 yang menyatakan bahwa hasil evaluasi

menunjukkan kepuasan konsumen terhadap fasilitas kamar.

6. Berdasarkan atas hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,817. Hal ini berarti variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 81,70% sedangkan sisanya 0,183 atau 18,30% dijelaskan oleh variabel atau sebab – sebab lainnya di luar model penelitian.

Saran-saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial harga perlu dikendalikan oleh pihak manajemen bungalow dengan cara mengikuti pesaing yang rata-rata memiliki kualitas dan penawaran fasilitas yang relative sama. Harga yang cukup tinggi dapat membuat konsumen beralih ke lokasi lainnya yang menawarkan berbagai keutungan karena dapat meminimalisir pembengkakan biaya pada saat melakukan perjalanan di wilayah Ubud dan sekitarnya.
2. Diharapkan manajemen bungalow memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada seluruh konsumennya salahsatunya yaitu memperhatikan bukti fisik atau tangible. Bukti fisik ini menjadi sorotan pertama konsumen karena dapat dilihat oleh banyak orang dan dapat dirasakan langsung. Seperti halnya tempat parkir, tempat parkir yang kurang luas atau sulit dicapai cenderung membuat konsumen mengurungkan niatnya untuk berkunjung ke akomodasi yang ditawarkan. Hal ini dibuktikan dalam penilaian jawaban kuisisioner dalam variabel kualitas pelayanan pernyataan no 4 dengan kriteria jawaban terendah 3,16. Sehingga untuk mencapai kepuasan konsumen, perusahaan harus memperhatikan serta memperbaiki kelima dimensi kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya dengan berbagai keterbatasan penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya akan lebih mendalam mengaji perihal pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan agar

hasilnya lebih akurat dan dapat digeneralisir untuk semua perusahaan ataupun organisasi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk mengkaji variabel-variabel lain mengingat koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 81,70% sedangkan 18,30% terdapat variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian yang kemungkinan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Angipora, Marius P. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ety, Rochaeaty dan Ratih Tresnati, Latief 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Eva, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Harga Terhadap Keputusan Pelanggan untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Srabaya* e-Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 16, No. 2 Juli-Desember.
- Gujarati, Damodar N, (2004). *Basic Econometrics*, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.
- Garvin dan Lovelock. 2004. *Strategi Marketing*, Yogyakarta : Andi, h. 96.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Harahap, Diana Sari. 2015. “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Dhaksina Hotel Medan*”. Jurnal Ilmiah Vol.1 No.2 April 2015.
- Irawan, M. Rizal Nur. 2014. “ *Pengaruh Tarif Kamar dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Dr. Soegiri Lamongan*”. Jurnal Universitas Islam Lamongan : 1-6.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Selemba Empat.
- Mursid, M. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Parasuraman, et all. 2008. *Delivery Quality Services: Balancing Customer Perceptions and Expectation the tree Press*. New York : NY.
- Rendy, Gulla. 2015. "Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn". *Jurnal Ilmiah* Vol. 3 No. 1 Maret 2015, Hal. 1313-1322.
- Ria, A. 2016. *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pesona Alam Sangir Kabupaten Solok Selatan*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for business : A Skill Building Apporach*. Singapore : John Wiley & Sons, Inc.
- Suwardi, Utomo, J. 2011. "Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap kinerja pegawai (studi pada pegawai setda kabupaten pati)", *Analisis manajemen*, 5 (Serial No. 1).
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2012. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dala Strategi Pemasaran*. Denpasar : Udayana University Press.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Suyanto, M. 2012. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.