

Dampak Kualitas Layanan dan Harga Jual terhadap Tingkat Kepuasan pengunjung pariwisata

Lisa Maulidia , Putri Permata Lisna

Korespondensi penulis: maulidia@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the impact of service quality and selling price on the level of satisfaction of tourism visitors. With increasing competition in the tourism industry, understanding the factors that influence customer satisfaction has become increasingly important. The method used in this research is a survey involving visitors at several tourism locations. The data collected was analyzed using statistical techniques to evaluate the relationship between service quality, selling price and visitor satisfaction. The research results show that service quality has a significant positive influence on satisfaction, while selling price also plays an important role, although the impact varies. These findings can be a reference for tourism destination managers to improve visitor experiences through improving services and adjusting prices accordingly.*

Keywords: *Cost, Customer Happiness, and Service Quality*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan dan harga jual terhadap tingkat kepuasan pengunjung pariwisata. Dengan meningkatnya persaingan dalam industri pariwisata, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang melibatkan pengunjung di beberapa lokasi pariwisata. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengevaluasi hubungan antara kualitas layanan, harga jual, dan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan, sementara harga jual juga berperan penting, meskipun dampaknya bervariasi. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengelola destinasi pariwisata untuk meningkatkan pengalaman pengunjung melalui peningkatan layanan dan penyesuaian harga yang sesuai..

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang paling berkembang di seluruh dunia, berkontribusi signifikan terhadap perekonomian global. Dalam konteks ini, kepuasan pengunjung menjadi elemen kunci yang menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Kualitas layanan dan harga jual adalah dua faktor utama yang dapat memengaruhi pengalaman pengunjung. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, serta fasilitas yang tersedia, sementara harga jual mencerminkan nilai yang dirasakan oleh pengunjung dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan loyalitas dan rekomendasi positif. Di sisi lain, harga yang kompetitif dan transparan juga memainkan peran penting dalam keputusan pengunjung untuk memilih suatu destinasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kedua faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengunjung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak kualitas layanan dan harga jual terhadap tingkat kepuasan pengunjung di sektor pariwisata. Dengan menggunakan metode survei dan analisis data yang tepat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan dalam industri pariwisata, serta membantu mereka dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan daya saing destinasi wisata.

Semakin banyak coffee shop yang didirikan di Kota Padang karena permintaan dan keinginan masyarakat, sehingga persaingan antar coffee shop semakin ketat. Pemilik usaha coffee shop harus meningkatkan dan mempertahankan bisnis mereka agar tidak mengalami kerugian dengan meningkatkan kualitas pelayanan mereka dan menciptakan suasana toko yang menyenangkan agar pelanggan tetap ingin mengunjunginya. Kopigo adalah salah satu kedai kopi di Kota Padang. Kopigo berlokasi di Jl. Sawahan Dalam No.41, Sawahan, Kabupaten Padang Timur. Kopigo Padang, yang juga tersedia di Bukittinggi dan Payakumbuh,

Dengan tingkat persaingan yang meningkat di Kota Padang saat ini, Kopigo harus bertahan dalam pelayanan yang luar biasa kepada pelanggannya. Pelayanan yang luar biasa sangat penting untuk bisnis kopi agar pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan. Kedua unsur yang paling berpengaruh pada kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi bisnis untuk mempertahankan pelanggannya. Penjualan akan meningkat jika pelanggan menerima layanan yang memuaskan. Kotler, 2010:297 menyatakan Kualitas layanan pelanggan sebanding dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan ulasan pelanggan, penulis menemukan bahwa ada masalah dengan kualitas layanan, yang ditunjukkan oleh *Assurance*, *reliability* indikator kualitas layanan.

Kualitas pelayanan bukan satu-satunya cara untuk mengukur kepuasan pelanggan; harga menu di sebuah coffee shop juga sangat penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. Harga produk biasanya disesuaikan dengan situasi persaingan dan disesuaikan dengan persepsi pembeli. Oleh karena itu, harga didefinisikan sebagai "jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk", menurut Kotler & Armstrong (2019:63). Harga digunakan oleh konsumen untuk menganalisis apa yang mereka dapatkan, bagus dari pelayanan atau kualitas produk. Oleh karena itu, konsumen tidak akan puas jika harga tinggi tetapi layanan dan kualitas produknya buruk.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tanggapan pelanggan terhadap perbedaan antara kinerja produk atau jasa sebagaimana dilihat setelah pembelian dan harapan awal sebelum pembelian. (Tjiptono, 2014:311). Kepuasan pelanggan adalah hasil yang diterima pelanggan yang sesuai dengan harapan mereka.

Kualitas Pelayanan

Menurut Laksana (2019), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai berikut: Pelanggan menyatakan bahwa mereka sangat berkualitas atau terkejut apabila kenyataan yang mereka alami lebih dari yang mereka antisipasi, Jika kenyataan yang mereka terima lebih kecil atau tidak sesuai dengan harapan mereka, pelanggan merasa puas, dan jika kenyataan yang mereka terima lebih kecil atau tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, pelanggan berpendapat tidak puas. Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hal-hal seperti layanan yang diberikan kepada pelanggan, tetapi juga konsep yang mencakup berbagai elemen yang mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan dengan suatu organisasi atau entitas layanan.

Harga

Menurut Wijaya (2017), harga dapat berupa jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jumlah nilai yang ditukarkan dengan pembeli untuk memiliki atau memanfaatkan barang tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini tergolong jenis penelitian deskriptif yang menggunakan kuantitatif metode asosiatif kausal. Studi ini dilakukan di Kopigo Padang, yang berlokasi di Jalan Sawahan Dalam No.41, Sawahan, Kecamatan Padang Tim, Kota Padang, Sumatera Barat. Metode Komunikasi tidak langsung melalui kuesioner atau angket digunakan untuk pengumpulan data. Kuesioner adalah pertanyaan tertutup yang diberikan secara langsung kepada responden menggunakan skala likert.

4. HASIL PEMBAHASAN

Hasil

a. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan data variable Terdapat 15 item pernyataan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada 100 responden. Ada kemungkinan bahwa

variabel Kualitas Pelayanan dianggap baik karena kategori skor statistik dan nilai rata-rata hasil penelitian skor 55% pada interval 50 -60.

b. Deskripsi Data Variabel Harga

Data variabel harga dalam penelitian terdiri dari 8 item pernyataan, yang kemudian dibagikan kepada 100 responden. Berdasarkan kategori Dengan mempertimbangkan nilai rata-rata statistik dan skor dari hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap variabel harga sebesar 70%, dengan kategori baik pada rentang antara 26,6 dan 31,9.

c. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini mengandung 9 item pernyataan, yang kemudian dibagikan pada 100 responsif. Berdasarkan kategori skor penelitian dan rata-rata statistik nilai, dapat dikatakan bahwa analisis responden terkait dengan variabel kepuasan pelanggan sebesar 62%, berada antara 30 dan 36 dan berada dalam kategori baik.

Uji Persyaratan Analisis

Multikolinearitas, heterokedastisitas, dan normalitas adalah kriteria yang diperlukan untuk analisis. Untuk mengevaluasi normalitas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk variabel tersebut adalah Nilai residual berdistribusi normal, menurut uji normalitas, dengan nilai 0,200 atau nilai yang lebih besar dari 0,05. Uji heterokedastisitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), tidak ada gejala heterokedastisitas. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai sig untuk variabel Kualitas Pelayanan 0,514 melebihi 0,05, dan untuk variabel Harga 0,831 lebih tinggi dari 0,05. Dan uji multikolinearitas, nilainya toleransi 0,267 melebihi 0,10 dan VIF 3,744 kurang dari 10,00,. Hal ini menunjukkan multikolinearitas, atau korelasi yang tinggi, tidak terjadi antara variabel bebas.

Pengujian Hipotesis

Koefisien determinasi, koefisien regresi variabel, dan regresi linear berganda adalah beberapa contoh pengujian hipotesis. Hasil dari analisis regresi linear menunjukkan bahwa nilai F hitung 346.925 sig. 0,000 < 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Koefisien Determinasi result analisis Nilai koefisien determinasi (R^2) ditunjukkan sebagai 0,877, yang menunjukkan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh sebesar 87,7% terkait dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan variabel tambahan memengaruhi 12,3% dari total. Koefisien Regresi Variabel, nilai Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien beta atau standar, yaitu 0,479 dengan T hitung (6.964) dan signifikan 0.000 kurang dari 0.05, yang menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) efek positif dan besar pada kepuasan pelanggan (Y). Penelitian Harga (X2) juga memiliki koefisien beta atau standar, yaitu 0,493 T hitung (7.167) dan signifikan $0.000 < 0.05$, yang menunjukkan bahwa variabel Harga (X2)

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kopigo Padang mempunyai dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan, dengan nilai yang besar $0,000 < 0,05$ T hitung (6.964), menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah komponen terpenting dalam memperbaiki kepuasan pelanggan. Studi sebelumnya oleh Abram, Trilia bella, dkk (2023) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung" dan Reni Anjeli (2022) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Gaul Painan" juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek yang signifikan dan positif.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dengan demikian, harga mempengaruhi yang signifikan pada kepuasan pelanggan Kopigo Padang. Untuk menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga. Karena nilai signifikannya T dihitung, dan $0,000$ sama dengan $0,05$. (7.167), menunjukkan bahwa dampak positif dan penting dengan indikator harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, sesuai keuntungan, dan sesuai kemampuan atau daya saing. Dengan demikian, pelanggan mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk memenuhi kepuasan mereka saat berbelanja di Kopigo Padang. Studi sebelumnya oleh Ema Tawakkal et al. (2021), "Pengaruh Harga dan Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kafe Layar Gading Kota Sorong)," menemukan bahwa faktor harga yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Didasarkan hasilnya, analisis ini mengindikasikan variabel kualitas pelayanan dan harga adalah salah satunya komponen yang berdampak kepuasan pelanggan. Ini terbukti dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai korelasi R sebesar 0,937, yang menunjukkan korelasi yang kuat. Dengan nilai R square sebesar 0,877, kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 87,7%, dan sisa 12,3% dianggap sebagai kontribusi yang tidak signifikan. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nurmasari Pane et al. (2018) yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan", yang menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Sidempuan Medan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan memiliki korelasi positif, menurut uji regresi linear berganda. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, temuan ini sesuai dengan studi sebelumnya yang menekankan betapa pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat pelanggan puas. Pengaruh bersama kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan: Uji regresi berganda menekankan bahwa harga dan kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan besar satu sama lain, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya. Dengan mempertimbangkan harga menu yang ditawarkan kepada pelanggan Kopigo Padang, Nilai signifikansinya adalah 0,000, sehingga kepuasan pelanggan lebih tinggi daripada harga.

Saran

Studi lanjutan tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang berdampak kepuasan pelanggan sebagai promosi, produk, media sosial, dan bukti fisik (*physical evidence*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abram, T. B. B., dkk (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Productivity*, 4(1), 1-5.
- Anjeli, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Gaul Painan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16572-16580.
- David Wijaya. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Eldisha, J., & Lutarlean, B. (2020). Pengaruh Pelatihan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di Rumah Makan Bulan Selakau Kalimantan Barat. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Kotler, Philip. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller.(2015). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller(2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, Buku 1, USA: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed*, Prentice Hall: Jakarta.
- Laksana, Fajar. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama.
- Nurmasari Pane, Dewi (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Rifai, Muhammad Syakib Asqalani. (2023). Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan Food and Beverage Service dan Pengembangan Destinasi Wisata (Bab 6. Industri Pelayanan Food and Beverage). Bali: Intelektual Manifes Media.
- Tawakkal, Ema, dkk. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Perkusi*, 1(3).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta:Andi.