



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Wisatawan

Zakiatul Fitria*

Nurhajati **

M. Ridwan Basalamah ***

Universitas Islam Malang

fitriazakiatul722@gmail.com

Abstract

This study aim to analyze service quality and price on the interest of returning tourists. The population of this research is visit or who are visiting and visitors who have visited the Srikandi Polesincere ayu swimming pool in the sub-district to overlapping with a total sample of 65 respondents. This research has a type of quantitative research that uses primary data and uses a questionnaire data analysis method. The questionnaire was distributed to respondents who had certain criteria to provide answers regarding the statements given by the researcher. The criteria for the sample of this research are visitors who are at least 5 years old and over and visitors who have visited or are currently visiting the Seikandi Pole Tulusayu Swimming Pool, Tumpang District. To measure respondents' answers to the questionnaire using a Likert scale. This study uses multiple linear regression analysis method and the results study indicate that the quality of service has a positive but not significant effect and the price has a positive and significant effect on the interest of returning to tourists to the Srikandi Pole Tulusayu Swimming Pool, Tumpang District.

Keywords: *quality of service, price and interest in returning tourists.*

Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata yang ada di Indonesia sangat pesat, pariwisata telah menjadi sumber dan perolehan devisa berdasarkan UU No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan salah satunya perkembangan pariwisata di Kecamatan Tumpang yaitu Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang. Industri ini harus mampu menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk jasa seperti pelayanan dan harga salah satu cara agar tujuan tersebut tercapai yaitu dengan mengetahui apa saja kebutuhan serta keinginan pengunjung yang diharapkan untuk lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kolam Renang Srikandi pole Tulusayu ini setiap bulannya mengalami kenaikan pengunjung dari Bulan Oktober ke Bulan September pengunjung bertambah sekitar 608 pengunjung setiap bulannya. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya industri pariwisata dengan cara bagaimana pihak industri pariwisata dapat menarik pengunjung dan dapat mempertahankan pengunjung dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik supaya pengunjung puas terhadap pelayanan yang diberikan tidak hanya itu di kolam renang ini juga memberikan harga yang terjangkau bagi para pengunjung sehingga pengunjung

yang gemar berenang tidak ragu untuk bermain dan datang kembali ketempat wisata dikarenakan harga yang ditawarkan sangat terjangkau dikalangan anak-anak remaja dan orang tua. Hal ini yang akan menjadi dasar yang baik untuk mereka dalam melakukan kunjungan ulang ke destinasi Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang dan kesediaan untuk menceritakan pengalaman berkunjung mereka kepada orang lain.

Rumusan Masalah

Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan baik secara simultan maupun secara parsial.

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya mengenai kegiatan pemasaran serta bisa menambah referensi kepustakaan bagi peneliti dimasa yang akan datang.
2. Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi pengembangan serta perubahan kebijakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Tinjauan Teori

Hasil Penelitian Terdahulu

Marpaung (2019) Dari hasil penelitian ini menunjukkan variabel daya tarik wisatawan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara langsung dan signifikan baik terhadap variabel kepuasan wisatawan dan minat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh daya tarik, kualitas pelayanan, harga, keselamatan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Baharta (2019) Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan bermakna terhadap kepuasan berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan berkunjung kembali kepesona alam puncak. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif.

Utami dan Ferdinan (2018) Hasil penelitian membuktikan bahwa ikon daerah wisata dan minat berkunjung kembali memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis peningkatan minat berkunjung kembali pada wisatawan melalui cita wisata dan nilai budaya. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

Sani (2018) Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan PT. Dipo Star Finance Cabang Gatot Subroto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap

kepuasan konsumen pada PT. Dipo Star Finance Cabang Gatot Subroto. Dan penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Tiara dan Adriani (2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pengunjung berdasarkan kualitas pelayanan dan Harga pada objek wisata pada bukit jaddih di Kabupaten Bangkalan. dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Fajrin dan Wijayanto (2021) Hasil penelitian ini menunjukkan Bahwa minat berkunjung dapat diterima atau harga berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan pada Candi mauratakus Kecamatan XIII Kota Kampar di Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan simplerandom sampling.

Wahyudi (2018) Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada Hotel Grand Kalampa positif dan signifikan. Tujuan dari penelitaian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada Hotel Grand Kalampa. Dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data yang digunakan adalah data primer.

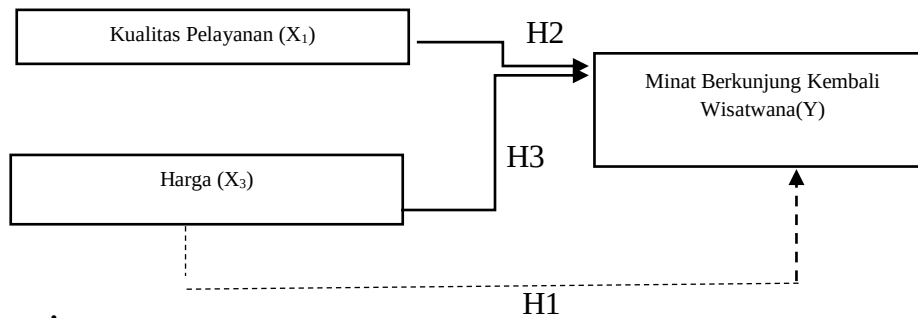
Tinjauan Teori

Menurut Goetsch dan Davis (2014) kualitas merupakan suatu proses dalam penilaian suatu produk atau jasa yang akan dirasakan langsung oleh penerima itu sendiri. Kata lain dari kualitas yaitu standar pencapaian seseorang atau kelompok dalam kualitas kerja barang dan jasa yang dihasilkan sedangkan pelayanan menurut (KBBI) yaitu suatu usaha dalam membantu menyiapkan dan mengurus semua yang orang lain perlukan. Tjiptono dalam Harianto&Subagio, (2013:2) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yaitu suatu kebutuhan dan keinginan pengunjung dalam ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengunjung.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) Harga merupakan suatu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, disisi lain harga termasuk bauran pemasaran yang fleksibel yang artinya dapat diubah dengan mudah dan cepat. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong (2012) harga dalam arti yang sempit yaitu jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Minat Berkunjung Kembali Menurut Kotler dan Keller (2021) yang mengemukakan bahwa minat berkunjung kembali merupakan perilaku dimana wisatawan merespon secara positif dan mendorong untuk kunjungan selanjutnya terhadap daerah wisata yang pernah dikunjunginya.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan
- H3: Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sedang berkunjung dan yang telah mengunjungi Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang dan dalam penarikan jumlah sampel, karena populasinya tidak diketahui dengan pasti maka, rumus yang digunakan sesuai dengan teori Malhotra (2014) yang mengatakan bahwa paling sedikit harus 4 atau 5 kali dari jumlah item pernyataan, jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini 65 responden dari 13 item pernyataan dikali lima.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen (X)

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Di dalam penelitian ini variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂).

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama karena dipengaruhi atau menjadi akibat dalam sebuah pengamatan atau penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berkunjung kembali wisatawan (Y).

Metode Pengumpulan Data

Untuk pengambilan data Primer teknik yang digunakan yaitu dengan menyebar kuesioner secara offline.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu, uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji F dan uji t dan terakhir koefisien determinasi (R^2).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Kelamin

Responden pengunjung yang sudah pernah berkunjung berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 43 atau 66% responden dari perempuan dan 22 atau 34% responden laki-laki.

b. Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan Usia terdapat 22 atau 34% responden berusia 15- 25 tahun, dan 23 atau 35% responden yang berusia 25-35 tahun, dan 20 atau 31% responden yang berusia 35-45 tahun.

Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan masing-masing data pada instrumen pada bagian korelasi total lebih besar dari r tabel, sehingga dapat diketahui semua data instrumen dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diukur dengan *CronbachAlpha* menunjukkan bahwa reliabilitas pada kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,719 pada harga sebesar 0,780, dan minat berkunjung kembali sebesar 0,755 Semua variabel memiliki koefisien *CronbachAlpha* > 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Nilai probabilitas (asympt.sig) > 0,05 maka *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,660 > 0,05 sehingga model regresi dapat digunakan dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Nilai VIF Kualitas pelayanan adalah 1.548 dengan nilai toleran 0,646, nilai VIF Harga adalah 1.548 dengan nilai toleran 0,646 dengan hasil tersebut tidak terjadi masalah multikolinearitas nilai VIF < 10 serta nilai *tolerance* > 0,1.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan dari uji glejser diperoleh nilai signifikansi pada kualitas pelayanan adalah 0.982 dan nilai signifikansi pada Harga adalah 0,243 dengan demikian model regresi atau nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.202 + 0,200 X_1 + 0,475 X_2$$

- Artinya:
1. Nilai konstanta 4,202 mengidentifikasi variabel kualitas pelayan dan harga maka minat berkunjung kembalinya bernilai positif yaitu sebesar 4,202.
 2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) yaitu 0,200 mempunyai nilai yang positif artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka minat berkunjung kembali juga meningkat.
 3. Koefisien regresi harga (X_2) yaitu 0,475 bernilai positif yang artinya jika harga meningkat maka minat berkunjung kembali juga meningkat.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Diperoleh nilai signifikan F sebesar 0,000 yang artinya bahwa nilai signifikan F lebih kecil dari $< 0,05$ maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan

b. Uji t

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Diketahui bahwa kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan nilai t sebesar $1,854 < 1,999$ dan signifikan $0,069 > 0,05$ yang artinya H_2 ditolak karena berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

2. Variabel Harga (X_2)

Diketahui bahwa variabel harga (X_2) menunjukkan nilai t sebesar $4,042 > 1,999$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ terhadap pengaruh positif dan signifikan atau H_3 diterima.

Koefisien Determinasi R^2

Nilai koefisien determinasi *Adjusted R* yaitu 0.399 yang berarti variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai kontribusi secara bersamaan sebesar 39,9% terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan

Keterbatasan

1. Pada penelitian ini hanya memakai 65 responden
2. Adanya kendala penyebaran kuesioner secara offline karena minimnya jumlah pengunjung akibat covid-19

Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan menambah variabel lain seperti kepuasan pengunjung yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan
 - b. Disarankan untuk peneliti selanjutnya menambahkan sampel.
2. Bagi pengelola tempat wisata

Seperti halnya yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan pada pernyataan “petugas kolam renang memberikan perhatian kepada setiap pengunjung” dengan jawaban terendah rata-rata 3.86 dengan demikian disarankan perlu adanya perhatian oleh petugas yang lebih kepada pengunjung dan menambah kualitas pelayanan sehingga pengunjung merasa terpuaskan untuk menciptakan minat berkunjung kembali wisatawan.

DaftarPustaka

- Baharta, E.(2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Berkunjung Kembali (RevisitIntention)Wisata Kepesona alam Puncak. *AKBAR JUARA* , 225-240.
- Fajrin,A.R.,Wijayanto,G.,&Kornita,S.E. (2021).Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi MuaraTakus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence*. Upper Saddle River, NJ: pearson.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.Semarang: Undip .
- Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, Naresh. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education. England.
- Marpaung, B. (2019).Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan keselamatan Dengan kepuasan Wisatawan sebagai *Jurnal Penelitian Manajemen volume 1, nomer 2, 144-145*.
- Sani, N. A. A. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Dipo Star Finance Cabang Gatot Subroto. *PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG*, 1(1).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, (2016).Strategi Pemasaran, Edisi 4. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tiara, R., &Andriani, N. (2021).Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Harga pada Objek Wisata Bukit Jaddih di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(1).



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2019). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207-221.

Zakiatul Fitria *) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Nurhajati **) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Ridwan Basalamah ***) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis