

# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN PADA PONDOK WISATA T HOUSE UBUD DI KABUPATEN GIANYAR**

**Wayan Yungki Surawan Putra**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini lebih memfokuskan pada masalah manajemen marketing yang dialami perusahaan. Dimana dalam penelitian ini difokuskan pada hal hal yang dapat mempengaruhi keputusan menginap yang diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Harga menjadi penting karena jika pihak hotel ingin dapat bersaing mereka harus memiliki harga yang menarik dan diterima konsumen. Selain itu kualitas pelayanan akan mempengaruhi seberapa besar konsumen memutuskan untuk memilih hotel tersebut. Oleh karena itu diangkat judul : **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap**. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Pada Pondok Wisata T House baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan di Pondok Wisata T House. sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner. Berdasarkan uji spss ditemukan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan menginap di adalah positif dan signifikan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap adalah signifikan. Pengaruh harga dan Kualitas pelayanan karyawan terhadap keputusan menginap adalah positif dan signifikan. Yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan menginap adalah harga.

Kata kunci : *harga, kualitas pelayanan dan keputusan menginap*

## **ABSTRACT**

*This research focuses more on marketing management problems experienced by companies. Where in this study focused on things that can affect the decision to stay overnight which include price and quality of service. Price becomes important because if the hotel wants to be competitive they must have an attractive price and be accepted by consumers. In addition, the quality of service will affect how much consumers decide to choose the hotel. Therefore the title was raised: Effect of Price and Quality of Service on Overnight Stay Decisions. The formulation of the problem of this research is how the influence of price and quality of service on the decision to stay at Pondok Wisata T House, either partially or simultaneously. This research was conducted at Pondok Wisata T House. a sample of 99 respondents. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, and questionnaires. Based on the SPSS test it was found that the effect of prices on staying overnight decisions was positive and*

*significant. The influence of service quality on overnight decisions is significant. The effect of price and quality of employee services on overnight decisions is positive and significant. Which has a dominant influence on the decision to stay overnight is the price.*

*Keywords: price, service quality and stay decision*

## **PENDAHULUAN**

Aktivitas konsumen dalam menentukan memilih produk merupakan suatu keputusan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2016:289). Konsumen memilih berdasarkan rasionalitas yang dimiliki. Wijayanti (2015:140) menyatakan bahwa Alternatif pilihan konsumen tersebut berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif akhir dipilih yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Sebelum membuat keputusan pembelian harus diketahui perilaku konsumen dengan produk maupun jasa tersebut (Sutisna,2015:11).

Harga merupakan jumlah dibayarkan atas suatu produk baik barang ataupun jasa (Kotler, 2015: 345). Harga menentukan kegiatan pengambilan keputusan para pembeli, menurut Tjiptono (2015:85), harga dapat membantu untuk memutuskan cara mendapatkan manfaat tertinggi yang dari daya beli konsumen terhadap produk.

Selain Harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam penentuan keputusan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk pelayanan yang didapatkan oleh konsumen.

Meskipun pihak Pondok Wisata T House sudah memberikan pelayanan terbaik serta memberikan harga sebaik mungkin, tapi tetap saja masih terjadi kendala dalam segi jumlah kunjungan wisatawan.

bahwa kunjungan wisatawan ke Pondok Wisata T House paling banyak terjadi tahun 2015 dan menurun pada tahun 2016. Meskipun mengalami peningkatan pada tahun 2017, tapi hal tersebut belumlah signifikan dan belum mampu melampaui jumlah kunjungan tahun 2015. Penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2016 dan 2017 dibanding 2015 dikatakan oleh pihak manajemen dikarenakan beberapa faktor seperti tidak optimalnya aktifitas promosi yang

dilakukan kala itu dan adanya beberapa keluhan dari wisatawan tentang kualitas pelayanan yang tidak sesuai harapan mereka.

Selain permasalahan tariff hotel yang cukup mahal dibanding pesaingnya, permasalahan yang lain adalah kebanyakan pengunjung memilih kamar dengan harga termurah sehingga beberapa kamar dengan kualitas premium atau lebih mahal seringkali tidak terisi. Perbedaan harga kamar yang lebih dari dua kali lipat antara harga terendah dan harga tertinggi membuat pengunjung sangat berhati-hati dalam memilih jenis kamar. Perbedaan fasilitas yang tidak terlalu signifikan membuat pengunjung malas untuk mengambil kamar yang lebih mahal. Terlebih pengunjung menggunakan kamar kebanyakan hanya untuk tempat istirahat karena lebih banyak melakukan aktivitas diluar ruangan. Hal inilah yang menyebabkan tidak maksimalnya jumlah wisatawan yang menginap di Pondok Wisata T House.

Selain itu dari segi kualitas pelayanan, banyaknya keluhan pengunjung mengenai karyawan yang kurang tanggap akan permintaan pengunjung juga menjadi catatan tersendiri bagi pihak Pondok Wisata T House. Kualitas pelayanan yang kurang maksimal juga tercermin dari fasilitas yang disediakan pihak hotel, dimana beberapa sarana penunjang aktifitas hotel seperti kolam renang tidak dapat dipergunakan sepenuhnya karena sedang dilakukan aktivitas renovasi.

Dari data diatas dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar?
3. Bagaimanakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar?
4. Variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar?

Adapun tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar.
4. Untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan menginap wisatawan pada Pondok Wisata T House Ubud di Kabupaten Gianyar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Harga**

Harga adalah jumlah yang harus dibayarkan seseorang untuk mendapatkan keinginannya baik barang ataupun jasa (Basu Swastha & Irawan, 2015:241). Kemudian menurut Harini (2015: 55) “Harga adalah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah bentuk pelayanan yang disediakan pihak pemilik layanan yang dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan (Kotler, 2016:25).

Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa yang memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2016:183). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang didapatkan oleh konsumen (Zeithaml et al, 2015).

## **Keputusan pembelian**

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan berdasarkan berbagai alternative yang ada (Sumarwan, 2016:289). Disebutkan oleh Setiadi (2015:415) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemilihan satu diantara beberapa alternative pilihan yang ada.

dalam memahami pembuatan keputusan pembelian, yang harus dipahami adalah sifat keterlibatan konsumen dengan produk dan jasa (Sutisna,2015:11).

## **Definisi Operasional Variabel**

### **1. Harga**

Harga adalah nilai uang yang ditentukan secara global yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu produk atau pelayanan jasa yang diinginkan. Harga diukur berdasarkan indikator-indikator :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing

Kesesuaian harga dengan manfaat

### **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan diantaranya :

- a. Berwujud
- b. Empati
- c. Ketanggapan
- d. Keandalan
- e. Kepastian

### **3. Keputusan Menginap**

Keputusan menginap merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Indikator keputusan menginap diantaranya :

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Kesesuaian kebutuhan produk
- d. Melakukan pembelian ulang.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Pengaruh harga ( $X_1$ ) Terhadap keputusan menginap (Y)

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa pengaruh secara parsial dari harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan menginap (Y) di Pondok Wisata T House adalah positif dan signifikan. Dinyatakan signifikan karena  $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$  yaitu  $5,228 > 1,671$  Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis pertama diterima.

Artinya setiap peningkatan harga maka akan mengakibatkan keputusan menginap akan meningkat juga. Hal ini sejalan dengan penelitian Aliefia Hanifaradiz (2017) yang mengatakan bahwa keputusan menginap sangat dipengaruhi oleh harga. Ini menunjukkan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan menginap. Implikasinya dari penelitian ini adalah pihak organisasi dapat meningkatkan keputusan menginapnya dengan cara memberikan harga terbaik pada konsumen. Sejalan pula dengan penelitian Anna Fitria (2017) yang menyatakan harga memiliki andil yang besar dalam meningkatkan keputusan menginap.

### 2. Pengaruh Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan menginap (Y)

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa pengaruh secara parsial dari Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan menginap (Y) di Pondok Wisata T House adalah signifikan. Dinyatakan signifikan karena  $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$  yaitu  $3,181 > 1,671$  Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima.

Artinya setiap peningkatan Kualitas pelayanan maka akan mengakibatkan keputusan menginap akan meningkat juga. Hal ini sejalan dengan penelitian penelitian yang Anna Fitria (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Sejalan pula dengan penelitian Pratiwi (2017) yang menyatakan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi seberapa besar keputusan menginap seseorang. Implikasinya dari penelitian ini adalah pihak organisasi dapat meningkatkan keputusan menginapnya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan kepada konsumennya.

### 3. Pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan menginap (Y)

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa pengaruh secara simultan dari harga ( $X_1$ ) dan Kualitas pelayanan karyawan ( $X_2$ ) terhadap keputusan menginap (Y) adalah positif dan signifikan. Hal ini didasarkan atas nilai dari hasil  $F$  – hitung  $>$   $F$  – tabel yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis ketiga diterima.

Artinya setiap peningkatan harga maupun Kualitas pelayanan maka akan mengakibatkan keputusan menginap akan meningkat juga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2017) dimana ditemukan bahwa harga dan Kualitas pelayanan secara bersama sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Sejalan pula dengan penelitian Anna Fitria (2017) yang menyatakan kedua variabel tersebut mampu secara bersama sama mempengaruhi keputusan menginap. Implikasinya dari penelitian ini adalah pihak organisasi dapat meningkatkan keputusan menginap konsumen dengan cara memberikan harga terbaik dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada.

## **Simpulan**

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan menginap yang artinya semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi pula keputusan menginap. Dalam hal ini tiap peningkatan harga akan

meningkatkan keputusan menginap konsumen. Selain itu ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga secara parsial terhadap keputusan menginap pada Pondok Wisata T House dilihat dari hasil t-test diperoleh  $t_1$ -hitung adalah 5,228 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,671 dan nilai sig 0,00 sehingga hipotesis pertama diterima.

2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap yang artinya semakin tinggi Kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula keputusan menginap. Dalam hal ini tiap peningkatan Kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan menginap konsumen. Selain itu ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan menginap pada Pondok Wisata T House dilihat dari hasil t-test diperoleh  $t_2$ -hitung adalah 3,181 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,671 dan nilai sig 0,00 sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap yang artinya semakin tinggi harga dan Kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula keputusan menginap. Dalam hal ini tiap peningkatan harga dan Kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan menginap bersangkutan. F-hitung adalah 29,719 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,15 sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. Diantara variabel harga dan Kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan menginap adalah harga. Hal ini dapat dilihat pada nilai *standardized coefisien beta* dimana harga memiliki nilai *coefisien beta* sebesar 0,455 dan Kualitas pelayanan memiliki nilai *coefisien beta* sebesar 0,277. Sehingga hipotesis keempat diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikanto, Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, PT Reneka Cipta, Jakarta, 2015
- Belinda Sofia.N, 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita. Jurnal Vol. 23 No.1



- Diah E.D, Seminari. 2017. Pengaruh Startegi Diferensiasi Terhadap membangun Keunggulan bersaing. Jurnal Universitas Udayana Vol.6 No.11
- Gagah Bimo Putra, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat, 2015. “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung pada Pengunjung Taman Rekreasi jurnal Administrasi Bisnis.Vol 26 No.2 September 2015
- Husein,Umar,2015. Metode Riset Prilaku Konsumen Jasa, Jakarta : PT.Gramedia Pusaka Utama.
- I Komang Gede Mahendra. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta” jurnal unud
- Parasuraman, V. A. (2016). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication forr Future Reaserch. *Service Quality*, 2015-220.
- Porter,Kotler et all, 2015. Diferensiasi . Rezart, Fahrezirezart.blogspot.co.id
- Raisa Rahmi, 2015. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Jaya Karta Pekanbaru. Jurnal Universitas Riau Vol.2 No.1
- Singih Santoso, 2015. Metode Penelitian. Akuntansi terhadap kinerja perusahaan.
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Administrasi:alfabeta.
- Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Bisnis, Bandung:CV Alfabeta.

GUNA WIDYA SEWAKA NAGARA