

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN DESTINASI TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA DHANI TOUR AND TRAVEL SUKOHARJO**

Alfian Rasyid Rafiansyah¹, Sri Isfantin Puji Lestari², Agus Triatmono³

STIE Wijaya Mulya Surakarta

Email : alfianrasyidrafiansyah@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of price, service quality and destination on the decision to use the services of Dhani Tour and Travel Sukoharjo. This study covers the field of marketing management. The population in this study were consumers of Dhani Tour and Travel Sukoharjo during 2023, totaling 136 consumers. The sample in this study was 100 consumers. The basis for taking this sample was by random sampling according to the number of samples determined, so that each employee has an equal opportunity to be selected as a sample (Sugiyono, 2010: 64). Data collection used in this study was using documentation and personal questionnaires.

Keywords : the influence of price, service quality and destination on the decision to use services

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu bisnis yang berkembang saat ini. Hal ini diiringi dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang merangkak naik dari tahun-tahun sebelumnya dan pariwisata sendiri menjadi primadona untuk dibangun dan dikembangkan di Indonesia. Kecanggihan teknologi saat ini bisnis biro perjalanan online saat ini mulai mencuri perhatian publik, Penyebabnya adalah peralihan cara pemesanan tiket transportasi dan hotel kepada sistem online berbasis aplikasi seperti Traveloka, Tiket.com, dan AirBnB, dengan harga yang murah serta kemudahan yang ditawarkan ketika hendak merencanakan perjalanannya membuat sebagian orang merasa lebih nyaman ketimbang harus mendatangi kantor biro perjalanan tour dan travel sehingga penjualan tiket pesawat melalui agen-agen sudah mulai ditinggal masyarakat.

Keberadaan biro perjalanan online dalam beberapa tahun ini cukup berdampak pada penjualan travel agent (konvensional) yakni terjadi penurunan hingga omzet 35%-60% dari beberapa agen tour dan travel. Persaingan bisnis di era digital ini menyebabkan travel agen offline mulai di tinggalkan karena adanya keberadaan travel agen online yang ada sekarang travel agent mengubah cara bisnisnya yang dulunya hanya menjual tiket pesawat sekarang lebih fokus dengan menjual paket tour ataupun wisata dan tidak menjadikan penjualan tiket menjadi sumber pendapatan utamanya. Selama dalam penjualan Paket Tour ini Dhani Tour & Travel juga tidak lepas dari kesalahan serta keluhan dari para pelanggan yang sedang memakai jasa mereka berkaitan dengan pelayanan dan harga yang diberikan. Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, keputusan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran.

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting bagi perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen agar tetap menggunakan jasa mereka. Oleh karena itu setiap perusahaan dirasa perlu untuk memberi kepuasan pada konsumennya. Sunyoto (2013:35-36) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang mana harapan sebagai nilai atas dasar perkiraan dan keyakinan apa yang mereka terima sebagai standar atau acuan. Untuk dapat meraih kepuasan pelanggan misalnya, perusahaan dapat memperhatikan faktor harga di mana kesalahan menentukan harga dapat

menimbulkan konflik yang berdampak di kemudian hari, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi pelanggan untuk membeli produknya.

Aspek lain yang perlu diperhatikan yaitu kualitas layanan yaitu seberapa besar suatu perusahaan memberi layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga konsumen mengambil suatu keputusan tertentu. Bila kualitas layanan suatu jasa baik, maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas dan mempengaruhi sikap pelanggan pada masa mendatang. Maka untuk memenangkan suatu persaingan dalam perusahaan biro jasa perjalanan wisata sebuah perusahaan harus mempertimbangkan aspek-aspek untuk memenuhi kepuasan konsumen dan mampu merebut pasar dengan penawaran harga dan pelayanan yang diberikan.

Penetapan harga, kualitas pelayanan serta destinasi diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan, dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mencakup bidang manajemen pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Dhani Tour and Travel Sukoharjo selama tahun 2023 sejumlah 136 konsumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen. Dasar pengambilan sampel ini dengan cara acak atau *random sampling* sesuai dengan jumlah sampel yang ditetapkan, sehingga tiap pegawai mempunyai kesempatan sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2010: 64). Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dokumentasi dan kuesioner secara personal. Penelitian ini memunculkan 5 (lima) hipotesis yang harus dianalisis. Penelitian ini menggunakan analisis data per variabel dan analisis pengaruh variabel dari masing - masing jawaban yang didapat dari jawaban kuesioner yang terdiri dari variabel dependen. Variabel ini akan menguji hipotesis yang memunculkan beberapa variabel, maka untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antar variabel digunakan teknik statistik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

a. Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Duwi Priyatno, 2010: 90). Untuk menguji validitas setiap butir skor maka skor-skor yang dihasilkan dari kuesioner dikorelasikan dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. dengan diperolehnya nilai indeks validitas setiap butir dapat diketahui dengan pasti butir-butir mana yang tidak memenuhi syarat ditinjau dari validitasnya.

Keputusan mengenai valid tidaknya setiap butir pertanyaan adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan nilai r tabel (pada tingkat keyakinan 95 % dan n = 100). Ketentuannya adalah sebagai berikut:

r hitung < r tabel (tidak valid)

r hitung > r tabel (valid)

Untuk mengetahui hasil dari perhitungan uji validitas, maka dapat diuraikan per variabel penelitian sebagai berikut:

1) Variabel Harga (X1)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 5 item / instrumen pertanyaan, ternyata semua item / instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Harga (X1) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X1)

No	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0,223	0,195	Valid
2	0,476	0,195	Valid
3	0,393	0,195	Valid
4	0,221	0,195	Valid
5	0,562	0,195	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari hasil uji validitas variabel Harga (X1), semua instrumen dinyatakan valid.

2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Dari 100 responden dengan 5 item pertanyaan, ternyata semua instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

No	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0,496	0,195	Valid
2	0,486	0,195	Valid
3	0,500	0,195	Valid
4	0,429	0,195	Valid
5	0,604	0,195	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2), semua instrumen dinyatakan valid.

3) Variabel Destinasi (X3)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 5 item / instrumen pertanyaan, ternyata semua item / instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Destinasi (X3) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 10
Hasil Uji Validitas Instrumen Destinasi (X3)

No	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0,399	0,195	Valid
2	0,602	0,195	Valid
3	0,460	0,195	Valid
4	0,308	0,195	Valid
5	0,318	0,195	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari hasil uji validitas variabel Destinasi (X3), semua instrumen dinyatakan valid.

4) Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 5 item / instrumen pertanyaan, ternyata semua item / instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11

Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y)

No	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0,408	0,195	Valid
2	0,624	0,195	Valid
3	0,597	0,195	Valid
4	0,358	0,195	Valid
5	0,597	0,195	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari hasil uji validitas variabel Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y), semua instrumen dinyatakan valid

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap 100 orang yang menjadi sampel dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), dengan menggunakan olah data SPSS, uji reliabilitas diperoleh hasil untuk nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dar 0,6, maka instrumen dinyatakan reliabel. Pendapat tersebut didukung Ghozali (2005:44) yang menyatakan suatu konstruk dikatakan reliable jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0.6.

Jadi hasil dari kuesioner pada penelitian ini dapat diperoleh nilai reliabilitas Harga (X1) sebesar 0,653, Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,663, Reliabilitas Destinasi (X3) sebesar 0,666 dan Reliabilitas Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo 0,677

Karena nilai *Alpha Cronbach* > 0.6, maka semua variabel dinyatakan Reliabel.

B. Pengujian Hipotesis Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y)

a : Konstanta

b₁, b₂, b₃ : Koefisiensi Regresi

X₁ : Harga

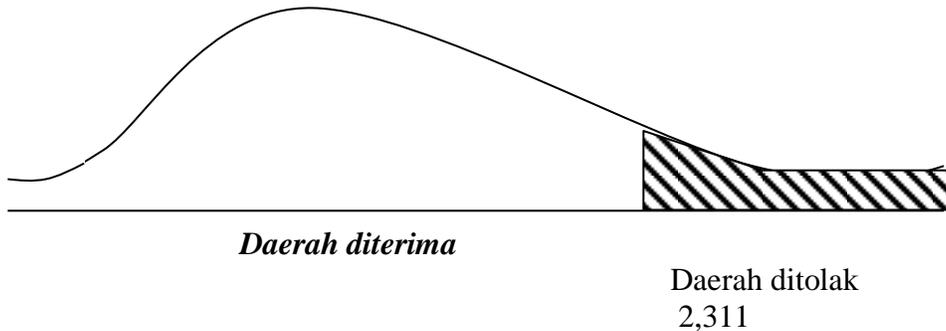
X₂ : Kualitas Pelayanan

X₃ : Destinasi

e : Standart error

Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) .

- b. Level of significant (α) = 0,05
- c. Nilai F tabel = F 0,05 (K) (N – 1 – K)
 $= F 0,05 (3) (100 - 1 - 4)$
 $= F 0,05.(3).(96)$
 F tabel = 2,311
- d. Kriteria pengujian
 Ho diterima apabila F tabel < Fhitung
 Ho ditolak apabila F hitung > F tabel



- e. Nilai F Hitung
 Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 F &= \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)} \\
 &= \frac{692.983 / 3}{161.177 / 96} \\
 &= \frac{197.661}{1,679} \\
 &= 117.730
 \end{aligned}$$

- f. Keputusan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program komputer SPSS, maka diperoleh hasil F hitung = 117.730 > F tabel = 2,311, maka Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independent yang berupa Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y).

4. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Jika ingin mengetahui bagaimana korelasi antara lebih dari satu prediktor dengan satu variabel terikat, artinya bahwa analisis ini untuk mengetahui secara bersama sama korelasi variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel bebas (Y) dengan prosentase.

Dengan menggunakan program SPSS, maka dapat diperoleh untuk R^2 sebesar 0,78 atau 78%, artinya bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) sebesar 78%, sedangkan yang 22% dipengaruhi oleh faktor lain, antara lain yang tidak diteliti seperti sarana prasarana, teknologi dan sebagainya.

3.2.Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS, dapat diperoleh hasil untuk analisis regresi linier berganda didapat persamaan regresi bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Destinasi (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) .

$$Y = -2,393 + 0,629 X_1 + 0,467 X_2 + 0,273X_3$$

1. $a = -2,393$, ini berarti, apabila faktor Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Destinasi (X3) dianggap konstan, maka akan mengakibatkan Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) menurun sebesar 2,393.
2. $b_1 = 0,629$, ini berarti, apabila faktor Harga (X1) bertambah 1 satuan dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Destinasi (X3) dianggap konstan akan dapat meningkatkan Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) meningkat sebesar 0,629
3. $b_2 = 0,467$ ini berarti, apabila faktor Kualitas Pelayanan (X2) bertambah 1 satuan, dan variabel Kualitas Harga (X1) dan Destinasi (X3) konstan, maka dapat meningkatkan Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) meningkat sebesar 0,467.
4. $b_3 = 0,273$ ini berarti, apabila faktor Destinasi (X3) bertambah 1 satuan, dan variabel Kualitas Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) konstan maka Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) sebesar 0,273.

Analisis uji t diperoleh hasil untuk t hitung Kualitas Harga (X1) sebesar $8,871 > t$ tabel 1,986, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) Mandiri (KCP) MMU Nusukan Tendean Sukoharjo (Y).

Analisis uji t diperoleh hasil untuk t hitung Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $8,053 > t$ tabel 1,986, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) .

Analisis uji t diperoleh hasil untuk t hitung Destinasi (X3) sebesar $4,976 > t$ tabel 1,986, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) .

Berdasarkan analisis uji F diperoleh hasil untuk besarnya F hitung sebesar $117,730 > F$ tabel 2,311, maka H_0 ditolak, yang berarti secara bersama-sama ada pengaruh antara variabel independen yang berupa Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) .

Dengan menggunakan program SPSS, maka dapat diperoleh untuk R^2 sebesar 0,78 atau 78%, artinya bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) sebesar 78%, sedangkan yang 22% dipengaruhi oleh faktor lain, antara lain yang tidak diteliti seperti sarana prasarana, teknologi dan sebagainya.

1. Jadi untuk hipotesis pertama yang berbunyi terdapat pengaruh secara parsial Harga yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) terbukti kebenarannya.
2. Jadi hipotesis yang kedua berbunyi terdapat pengaruh secara simultan variabel Faktor Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terbukti kebenarannya.
3. Jadi hipotesis yang ketiga berbunyi variabel yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) adalah Kualitas Pelayanan tidak terbukti kebenarannya, karena yang paling dominan adalah Harga (X1) yang ditunjukkan dengan nilai $b_1 = 0,629 > b_2 = 0,467 > b_3 = 0,273$.

4. KESIMPULAN

1. Jadi untuk hipotesis pertama yang berbunyi terdapat pengaruh secara parsial yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) terbukti kebenarannya.
2. Jadi hipotesis yang kedua berbunyi terdapat pengaruh secara simultan variabel Faktor Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Destinasi (X3) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terbukti kebenarannya.
3. Jadi hipotesis yang ketiga berbunyi variabel yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Dhani Tour and Travel Sukoharjo (Y) adalah Kualitas Pelayanan tidak terbukti kebenarannya, karena yang paling dominan adalah Harga (X1) yang ditunjukkan dengan nilai $b_1 = 0,629 > b_2 = 0,467 > b_3 = 0,273$.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2012. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Baharudin. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar. Interpratama
- Fathoni. 2006. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Faustino Cardoso Gomes. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Fred Luthans. 2006. *Perilaku Organisasi*. Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, I.2004. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang Badan Penerbit UNDIP Semarang.
- Ilyas. 2005. *Kinerja Teori, Penilaian dan Penelitian*, Jakarta: Pusat Kajian. Ekonomi

- Imam Ghozali. 2005. *Analisis Multivariante dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kerin, Roger A., Lau Geok Theng, Steven W. Hartley, and William Rudelius. 2013. *Marketing in Asia 2th Edition*. USA: McGraw Hill.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Luthfans. 2006. *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*, Yogyakarta: PT. Andi.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Suprpto. 2005. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi ke Lima Erlangga. Jakarta
- Singih Santoso dan Fandy Tjiptono. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Elex Multimedia
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2010. *Statistik 2. Jilid 2*. Jakarta. Erlangga
- T. Hani Handoko. 2003. *Manajemen*. BPF, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- . 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Triyanti, Debi, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal. 2021. “Peran
- Yaslis Ilyas. 2005. *Kinerja Teori, Penilaian dan Penelitian*. Pusat Kajian Ekonomi Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ind, Jakarta.