

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO PERJALANAN WISATA PT. BARATA DEWATA ASRI BALI

I Nyoman Parta<sup>1)</sup>, Ni Wayan Rani<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> STIMI Handayani Denpasar

Email: parta.kmbp@gmail.com

ranyniwayan@gmail.com

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to test and analyze the influence of service quality consisting of Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance to customer satisfaction at the Travel Bureau of PT. Barata Dewata Asri Bali. Types of data used in this study are quantitative data and qualitative data, with data sources namely primary data and secondary data. Methods of data collection is done by distributing koesioner and interview. The number of samples in the study of 115 respondents came from customers at the Travel Bureau of PT. Barata Dewata Asri Bali. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that, the quality of services include Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance significantly influence customer satisfaction At Travel Bureau PT. Barata Dewata Asri Bali, while the quality of service includes Tangible has no significant effect on customer satisfaction At Travel Bureau PT. Barata Dewata Asri Bali.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Travel Bureau.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Biro Perjalanan Wisata

## 1. PENDAHULUAN

Biro Perjalanan Wisata di Pulau Bali semakin berkembang setiap tahunnya sehingga usaha ini sangat layak untuk dibuka. Salah satu pelaku usaha Biro Perjalanan Wisata di Bali adalah PT. Barata Dewata Asri Bali yang berdiri sejak tahun 1998. Beralamat di jalan Sedap Malam Gang Rampi II no 5 Kesiman Denpasar Bali. Adapun produk yang di

tawarkan adalah berbagai paket *tour* dengan daerah tujuan wisata Pulau Bali dan Pulau Lombok, memilih pangsa pasar wisatawan domestik.

Berikut merupakan perkembangan kunjungan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali, dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

**Tabel 1. Kunjungan Pelanggan Pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali Tahun 2013-2017**

Tahun	Jumlah Kunjungan Pelanggan (Orang)	Perubahan (%)
2013	354	-
2014	357	0.84
2015	400	12.04
2016	405	1.25
2017	200	50.61
Rata-rata Pertumbuhan	343.2	16.185

Sumber: Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali, 2018

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata tahun 2013-2017 mengalami peningkatan dan penurunan, terlihat pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebanyak 0.84 persen, tahun 2015 sebanyak 12.04 persen, tahun 2016 sebanyak 1.25 persen dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 50.61 persen. Dengan rata-rata sebanyak 16.185 persen.

Adanya peningkatan dan penurunan disebabkan oleh banyak hal, salah satu penyebabnya adalah adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata pada PT. Barata Dewata Asri Bali. Hal ini sama dengan berbagai kajian sebelumnya yang banyak membahas tentang kualitas layanan mempengaruhi tingkat kepuasan. Kajian sebelumnya menurut Gede Luhur Winata Putra, dkk (2016) dan Ni Nyoman Novarini, dkk (2017).

Menurut Kotler (dalam Buchari Alma, 2014:284), mengungkapkan bahwa Lima faktor dominan atau penentu kualitas layanan disingkat dengan TERRA yaitu: Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance. Jadi dapat dikatakan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat dilihat dari kelima faktor tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dan didukung oleh pendapat para ahli serta penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.

#### Hipotesis Penelitian

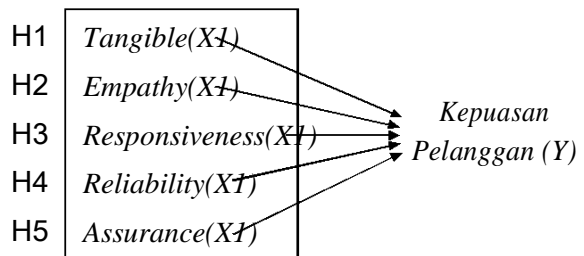
Adapun hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: Kualitas Layanan Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.
2. H2: Kualitas Layanan Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.
3. H3: Kualitas Layanan Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.

4. H4: Kualitas Layanan Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.

1. H5: Kualitas Layanan Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.

#### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

#### Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel sebagai berikut:

1. Kualitas layanan *Tangible* (X<sub>1</sub>) atau berwujud dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:
  - X<sub>1.1</sub> Penginapan sesuai dengan paket *tour* yang telah dibeli dan sesuai dengan kesepakatan diawal sebelum melaksanakan transaksi pembelian paket *tour*
  - X<sub>1.2</sub> Transportasi dimana dapat dilihat dari bentuk, interior, fasilitas, dan legalitas transportasi
  - X<sub>1.3</sub> Kuliner atau makanan yang disediakan sesuai dengan paket *tour* yang telah dipesan, dapat dilihat dari nama tempat makan yang telah tercantum dalam paket *tour*, menu, serta deskripsi tentang kuliner atau makanan tersebut
  - X<sub>1.4</sub> Kondisi Kantor Biro Perjalanan Wisata dapat dilihat dari bentuk bangunan, kondisi, fasilitas, lokasi dan legalitas kantor tersebut
  - X<sub>1.5</sub> Penampilan karyawan Biro Perjalanan Wisata seperti penampilan fisik yang dapat terlihat dari ujung kepala hingga ujung kaki

1. Kualitas layanan *Empathy* ( $X_2$ ) atau empati dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

$X_{2.1}$  Sikap karyawan saat memberi layanan dapat dinilai dari kesabaran karyawan terutama pada saat menyelesaikan suatu keluhan

$X_{2.2}$  Rasa peduli atau pengertian dari karyawan dapat dinilai dari cara karyawan memperlakukan pelanggan dan tamunya ketika pertama kali menghubungi Biro Perjalanan Wisata

$X_{2.3}$  Penanganan keluhan dinilai dari kesiapan serta kesiapan karyawan dalam memberikan solusi serta jalan penyelesaian dari keluhan sesegera mungkin tanpa adanya penundaan sehingga terhindar dari rasa kecewa karena merasa tidak diperdulikan

2. Kualitas layanan *Responsiveness* ( $X_3$ ) atau cepat tanggap dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

$X_{3.1}$  Respon cepat dalam layanan dinilai dari kinerja karyawan saat menerima permintaan dari pelanggan dan tamu tanpa adanya penundaan seperti: cepat mengangkat telepon, cepat dalam membalas pesan melalui email dan handphone tanpa adanya penundaan

$X_{3.2}$  Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dinilai dari kelancaran suatu komunikasi tanpa adanya salah paham ataupun salah mengerti kedua belah pihak ketika mengadakan suatu transaksi

$X_{3.3}$  Perubahan pada kualitas layanan dapat dinilai dari cara karyawan memberikan layanan di hari berikutnya sehingga tidak terjadi keluhan

1. Kualitas layanan *Reliability* ( $X_4$ ) atau kehandalan dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

$X_{4.1}$  Paket *tour* sesuai dengan kondisi awal dapat dinilai dari ketetapan serta layanan yang didapatkan oleh pelanggan sesuai tanpa adanya perubahan apapun.

$X_{4.2}$  Informasi yang didapatkan akurat dan terpercaya dinilai dari kesesuaian kenyataan dilapangan dengan deskripsi yang ada dalam paket *tour* tersebut

$X_{4.3}$  Biro Perjalanan Wisata terpercaya dinilai dari legalitas serta bukti nyata yang mendukung sehingga adanya suatu kepercayaan kedua belah pihak

$X_{4.4}$  Layanan yang didapat sesuai dengan perjanjian dinilai dari kenyataan dilapangan saat pelanggan menerima hak sesuai dengan kesepakatan awal atau perjanjian awal tanpa adanya pelanggaran dari kedua belah pihak

$X_{4.5}$  Konsisten kedua belah pihak dimana segala kegiatan akan berlangsung sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak sehingga jika terjadi suatu perubahan telah dikomunikasikan sebelumnya tanpa adanya suatu permasalahan yang akan timbul

1. Kualitas layanan *Assurance* ( $X_5$ ) atau dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

$X_{5.1}$  Kepastian kedua belah pihak dimana ditunjukkan oleh karyawan saat pertama kali berkomunikasi dengan konsumen sehingga kedua belah pihak melaksanakan suatu transaksi

$X_{5.2}$  Keyakinan kedua belah pihak dimana kedua belah pihak yakin antar satu dengan yang lainnya sehingga kedua belah pihak menyetujui sebuah perjanjian atau transaksi

$X_{5.3}$  Kepercayaan kedua belah pihak dimana ada keseriusan antara pelanggan dan Biro Perjalanan Wisata sehingga timbul sebuah kepercayaan sehingga terjadi suatu transaksi

2. Kepuasan pelanggan ( $Y$ ) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Dapat dilihat melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

$Y_{1.1}$  Adanya rasa puas terhadap layanan dapat dinilai tanpa adanya keluhan

$Y_{1.2}$  Rekomendasi adanya rasa puas sehingga pelanggan merekomendasikan kepada saudara, teman serta kenalannya untuk menggunakan Biro Perjalanan Wisata tersebut

$Y_{1.3}$  Berminat untuk memesan kembali dinilai dari rasa puas yang dirasakan sehingga ingin memesan kembali dan menggunakan kembali Biro Perjalanan Wisata tersebut

$Y_{1.4}$  Sesuai harapan dimana pelanggan merasakan harapannya terpenuhi tanpa adanya rasa kecewa.

## 1. METODE PENELITIAN

### Tempat Dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali. Obyek penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

### Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali. Sampel dalam penelitian ini Ferdinand (2002:48), menyatakan bahwa jumlah sampel dalam penelitian bergantung dari jumlah parameter diestimasi. Pedomannya adalah (5-10) kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini digunakan 23 butir pernyataan sehingga jumlah responden yang digunakan sebagai sampel adalah  $5 \times 23 = 115$  responden. Teknik sampling menggunakan *random sampling*, dimana sampel yang diambil secara acak akan mempresentasikan populasi secara tepat.

### Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner dalam penelitian ini mengukur dengan menggunakan skala *likert*. Dan wawancara dalam penelitian ini melaksanakan tanya jawab dengan pimpinan perusahaan.

### Teknik Analisis Data

Untuk menjawab tujuan penelitian, maka digunakan teknik analisis kuantitatif dengan

langkah uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas setelah lolos uji instrumen berikutnya pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Setelah uji asumsi klasik dinyatakan lolos berikutnya analisis regresi linear berganda, diolah dengan bantuan SPSS atau *Statistical Package for Social Science*. Langkah selanjutnya uji hipotesis penelitian terdiri dari: uji t (uji regresi secara parsial) dan uji F (uji regresi secara simultan), dan terakhir analisis determinasi melalui uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## 1. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### Hasil Uji Validitas

Menyatakan bahwa semua variabel dari instrumen penelitian dinyatakan valid sehingga dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

#### Hasil Uji Reliabilitas

Menyatakan bahwa semua variabel dari instrumen penelitian dinyatakan reliabel sehingga dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

### Deskripsi Data Penelitian

Hasil penilaian responden pada masing-masing variabel kualitas layanan disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Penilaian Responden pada Variabel Kualitas Layanan *Tangible*

No	Variabel	Klasifikasi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
		1	2	3	4	5		
		STS	TS	N	S	SS		
1	Kondisi penginapan	0	0	8	64	43	495	4.30
2	Kondisi transportasi	0	0	7	70	38	491	4.27
3	Kuliner atau makanan	0	0	8	67	40	492	4.28
4	Kondisi kantor Biro Perjalanan Wisata	0	0	3	62	50	507	4.41
5	Penampilan karyawan Biro Perjalanan Wisata	0	0	3	65	47	504	4.38
	<i>Tangible</i> (berwujud) X1	Total rata-rata skor						4.32

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 2, rata-rata skor tertinggi pada pernyataan nomor empat dengan nilai 4.41 yakni kondisi kantor Biro Perjalanan Wisata. Dan

hasil nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomor dua dengan nilai 4.27 yakni kondisi transportasi.

**Tabel 3. Penilaian Responden pada Variabel Kualitas Layanan *Emphaty***

No	Variabel	Klasifikasi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
		1	2	3	4	5		
<b>B</b>	<i>Emphaty (rasa perduli) X2</i>	STS	TS	N	S	SS		
1	Sikap karyawan	0	23	41	38	13	386	3.36
2	Rasa perduli atau pengertian dari karyawan	0	23	41	28	23	396	3.44
3	Penanganan keluhan	0	27	38	35	15	383	3.33
	<i>Emphaty (rasa perduli) X2</i>	Total rata-rata skor						3.37

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 3, rata-rata skor tertinggi pada pernyataan nomer dua dengan nilai 3.44 yakni rasa perduli atau pengertian dari karyawan. Dan

hasil nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomer tiga dengan nilai 3.33 yakni penanganan keluhan

**Tabel 4. Penilaian Responden pada Variabel Kualitas Layanan *Responsiveness***

No	Variabel	Klasifikasi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
		1	2	3	4	5		
<b>C</b>	<i>Responsiveness (daya tanggap) X3</i>	STS	TS	N	S	SS		
1	Respon cepat dalam pelayanan	0	3	23	61	28	459	3.99
2	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi	0	2	19	73	21	458	3.98
3	Perubahan pada kualitas layanan	0	1	30	61	23	451	3.92
	<i>Responsiveness (daya tanggap) X3</i>	Total rata-rata skor						3.96

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4, rata-rata skor tertinggi pada pernyataan nomer satu dengan nilai 3.99 yakni respon cepat dalam pelayanan. Dan hasil

nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomer tiga dengan nilai 3.92 yakni perubahan pada kualitas layanan.

**Tabel 5. Penilaian Responden pada Variabel Kualitas Layanan *Reliability***

No	Variabel	Klasifikasi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
		1	2	3	4	5		
<b>D</b>	<i>Reliability (Kehandalan) X4</i>	STS	TS	N	S	SS		
1	Paket tour sesuai dengan kondisi awal	0	0	0	77	38	498	4.33
2	Informasi yang didapatkan akurat dan terpercaya	0	0	3	63	49	506	4.40
3	Biro Perjalanan Wisata terpercaya	0	0	6	65	44	498	4.33
4	Layanan yang didapat sesuai dengan perjanjian	0	0	4	66	45	501	4.36
5	Konsisten kedua belah pihak	0	0	3	76	36	493	4.29
	<i>Reliability (kehandalan) X4</i>	Total rata-rata skor						4.34

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 5, rata-rata skor tertinggi pada pernyataan nomor dua dengan nilai 4.40 yakni informasi yang didapatkan akurat dan

terpercaya. Dan hasil nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomor lima dengan nilai 4.29 yakni konsisten kedua belah pihak.

**Tabel 6. Penilaian Responden pada Variabel Kualitas Layanan Assurance**

No	Variabel	Klasifikasi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
		1	2	3	4	5		
		STS	TS	N	S	SS		
1	Adanya rasa puas terhadap layanan	0	0	7	74	34	487	4.23
2	Rekomendasi	0	1	5	78	31	484	4.21
3	Berminat untuk memesan kembali	0	0	9	54	52	503	4.37
4	Sesuai harapan	0	0	3	70	42	499	4.34
	Kepuasan pelanggan (Y)	Total rata-rata skor						4.28

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 7, rata-rata skor tertinggi pada pernyataan nomor tiga dengan nilai 4.37 yakni berminat untuk memesan kembali. Dan hasil nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomor dua dengan nilai 4.21 yakni rekomendasi.

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji diketahui nilai *asympt.sig* sebesar  $0.200 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

##### Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji bahwa nilai *tolerance*  $> 0.10$  dan nilai *variance inflation factor*  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0.05. Dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1.970 dan nilai DU 1.7874 dan nilai 4-DU sebesar 2.2126, karena nilai  $DU < DW < 4-DU$  atau  $1.7874 < 1.970 < 2.2126$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi autokorelasi sehingga dapat dilanjutkan untuk uji selanjutnya.

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	B	Beta	t-hitung	Sig t	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Tangible</i>	-0.070	-0.080	-0.917	0.361	Tidak Signifikan
	<i>Emphaty</i>	0.127	0.232	2.472	0.015	Signifikan
	<i>Responsiveness</i>	0.251	0.262	2.807	0.006	Signifikan
	<i>Reliability</i>	0.201	0.208	2.282	0.024	Signifikan
	<i>Assurance</i>	0.186	0.181	2.037	0.044	Signifikan
Constant = 7.800				F hitung = 8.388		
R Square = 0.278				Sig F = 0.000		

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 8, hasil uji analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 7.800 + (-0.070) X_1 + 0.127 X_2 + 0.251 X_3 + 0.201 X_4 + 0.186 X_5 + e$$

Dimana:

1. **Konstanta = 7.800.** Artinya jika tidak ada variabel *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance* dan *tranparancy* yang mempengaruhi kepuasan, maka kepuasan sebesar 7.800 satuan.
2.  **$b_1 = -0.070$ .** Artinya jika variabel *Tangible* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan menurun sebesar 0.070 dengan anggapan variable bebas lain tetap.
3.  **$b_2 = 0.127$ .** Artinya jika variabel *Emphaty* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0.127 dengan anggapan variable bebas lain tetap.
- d.  **$b_3 = 0.251$ .** Artinya jika variabel *Responsiveness* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0.251 dengan anggapan variable bebas lain tetap.
1.  **$b_4 = 0.201$ .** Artinya jika variabel *Reliability* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0.201 dengan anggapan variable bebas lain tetap.
2.  **$b_5 = 0.186$ .** Artinya jika variabel *Assurance* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0.186 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

#### Hasil Uji Hipotesis

##### Hasil Uji t (Uji Regresi Secara Parsial)

Adapun hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.361 (**0.361 > 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis ditolak.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.015 (**0.015 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.006 (**0.006 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.024 (**0.024 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.044 (**0.044 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima.

##### Hasil Uji F (Uji Regresi Secara Simultan)

Adapun hasil uji didapat dari analisis linear berganda menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  0.000 dengan Sig. Uji F (**0.000 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Biro Perjalanan Wisata PT. Barata Dewata Asri Bali.

##### Analisis Determinasi

Adapun hasil uji pada penelitian ini adalah berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi ( $r^2$ ) = 0.278. Artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 27.8% sisanya sebesar 72.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan yang telah diperoleh maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikan sebesar 0.361 (**0.361 > 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis ditolak. Dan pada item pernyataan kondisi transportasi jawaban dari responden nilai terendah ditujukan pada nilai 4.27.
2. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.015 (**0.015 < 0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima. Dan pada item pernyataan penanganan keluhan jawaban dari responden nilai terendah ditujukan pada nilai 3.33.

1. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.006 (**0.006 <0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima. Dan pada item pernyataan perubahan pada kualitas layanan jawaban dari responden nilai terendah ditunjukkan pada nilai 3.92.
2. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.024 (**0.024 <0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima. Dan pada item pernyataan konsisten kedua belah pihak jawaban dari responden nilai terendah ditunjukkan pada nilai 4.29.
3. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.044 (**0.044 <0.05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima. Dan pada item pernyataan kepercayaan kedua belah pihak jawaban dari responden nilai terendah ditunjukkan pada nilai 4.01.

#### 1. SARAN-SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Kualitas layanan *Tangible* pada item pernyataan kondisi transportasi yang memiliki nilai paling rendah dari jawaban responden sehingga disarankan untuk memperbaiki kualitas layanan terutama pada bagian transportasi.
2. Kualitas layanan *Emphaty* dan pada item pernyataan penanganan keluhan yang memiliki nilai paling rendah dari jawaban responden sehingga disarankan untuk memperbaiki kualitas layanan saat menangani keluhan.
3. Kualitas layanan *Responsiveness* dan pada item pernyataan perubahan pada kualitas layanan yang memiliki nilai paling rendah dari jawaban responden sehingga disarankan untuk memperbaiki kualitas layanan agar tidak terjadi perubahan apapun dalam memberikan pelayanan.
4. Kualitas layanan Reliability dan pada item pernyataan konsisten kedua belah pihak yang memiliki nilai paling rendah dari jawaban responden sehingga disarankan untuk

memperbaiki kualitas layanan saat memberikan suatu janji dari kedua belah pihak.

1. Kualitas layanan *Assurance* dan pada item pernyataan kepercayaan kedua belah pihak yang memiliki nilai paling rendah dari jawaban responden sehingga disarankan untuk memperbaiki kualitas layanan saat memberikan penjelasan agar tercipta rasa percaya kedua belah pihak

#### DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Cetakan Kesebelas. Bandung: ALFABETA.
- Ferdinand. Agusti. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Luhur Winata Putra, I GA. Gede., I Putu Sudana dan Ni Putu Eka Mahadewi. 2016. Analisis Kualitas pelayanan Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di PT. Bali Sun Tours. *JurnalIPTA Fakultas Pariwisata UNUD*, 4 (2), h: 58.
- Novarini, Ni Nyoman dan Ni Putu Nita Anggraini. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas layanan, Citra Dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang. *Skripsi* pada Program Studi Fakultas Ekonomi Mahasaraswati Denpasar.



