

**PERAN KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA JASA PT. NUANSA CERIA PESONA
Nuansa Ceria Pesona Tour & Travel Di Sumbawa Besar**

¹Naufal Ghani*, ²Fendy Maradita, ³Reza Muhammad Rizqi

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Teknologi Sumbawa

Jl. Raya Olat Maras, Batu Alang, Moyo Hulu, Kabupaten

Sumbawa

Email. *Naufalghani105@gmail.com*

Abstrak

Ghani, Naufal. (2020). "Peran Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Pt. Nuansa Ceria Pesona" (studi kasus pada Pt. nuansa ceria pesona di Sumbawa Besar). Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tekonologi Sumbawa. Pembimbing (I) Fendi Maradita, M.M (II) Reza Muhammad Rizqi, M. Ak, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh 1) kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. 2) harga terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan sampel penelitian sebanyak 30 responden. Sampel dalam penelitian diambil dengan menggunakan metode pengambilan Sampel Jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil atau kurang dari 30 populasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda serta menggunakan alat analisis SPSS. Hasil dalam penelitian membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap varibel dependen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Loyalitas Konsumen.

Ghani, Naufal. (2020). "The Role of Service Quality and Price Against Consumer Loyalty Users of Pt. Nuance Cheerful Enchantment (case study on Pt. Cheerful nuances of charm in Sumbawa Besar). Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Sumbawa University of Technology. Advisor (I) Fendi Maradita, M.M (II) Reza Muhammad Rizqi, M. Ak, the purpose of this study was to determine the effect of 1) quality of service on consumer loyalty. 2) the price of consumer loyalty. This research is a type of quantitative research, with a sample of 30 respondents. The sample in this study was taken by using the Saturated Sampling method, which is the technique of determining the sample when all members of the population are used as a sample. Another term for saturated samples is the census. This is often done if the population is relatively small or less than 30 populations. Data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis and using SPSS analysis tools. The results in this study prove that the independent variable has a significant effect on the dependent variable.

Keywords: Service quality, Price, Consumer Loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era modern seperti sekarang ini membuat para produsen dituntut lebih mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu berkembang dalam memasarkan produk agar menarik minat konsumennya, sehingga dapat memberikan kemudahan para konsumen dalam mendapatkan suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Transaksi secara digital Pada tahun 2013 mulai bermunculan perusahaan *startup* di Indonesia, yang ditandai adanya berbagai bidang perusahaan yang dapat di akses langsung oleh konsumen, *trend* ini juga di ikuti oleh banyak perusahaan Travel Haji dan Umroh salah satunya perusahaan biro jasa PT. Nuansa Ceria Pesona atau bisa disebut NCP yang menerapkan konsep berbasis web dengan tujuan mempermudah para calon jamaah untuk mengakses informasi seputar keberangkatan jamaah. Bisnis jasa Travel Umroh dan Haji memiliki prospek yang bagus, tidak hanya mendapatkan keuntungan uang di dunia tetapi juga menjadi ibadah dalam mencari pahala yang dilipat gandakan, Langkah ini dilakukan oleh salah satu perusahaan biro jasa NCP yang menerapkan konsep tersebut www.ncptour.com

PT. Nuansa Ceria Pesona merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa (biro perjalanan) khusus Haji dan Umroh. PT. Nuansa Ceria Pesona sangat menjaga kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan karena biro perjalanan ini memberikkan pelayanan yang membuat para jaamah merasa terjamin saat mereka menjalankan ibadah.

Tahun	Harga Paket Perjalana Ibadah Umroh
2018	Rp. 25.500.000 (Awal Ramadhan) Rp. 28.500.000 (Tengah Ramadhan) Semua biaya termasuk perlengkapan umroh
2019	Rp. 26.700.000 (Awal Ramadhan) Rp. 29.500.000 (Tengah Ramadhan) Semua biaya termasuk perlengkapan umroh

Dapat dilihat pada tabel harga yang ditawarkan dari PT. Nuansa Ceria Pesona pada

tahun 2018 dan 2019 adanya kenaikan harga yang di tetapkan perusahaan. Fenomena dari naiknya harga dan menurunnya jumlah pengguna jasa dari PT. Nuansa Ceria Pesona ini adalah harga visa yang di tetapkan oleh pemerintah untuk keberangkatan ibadah ketanah suci terus meningkat dan masih adanya konsumen yang beranggapan harga yang mereka keluarkan tidak sebanding dengan apa yang konsumen dapatkan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan PT. Nuansa Ceria Pesona terhadap loyalitas konsumen.
2. Bagaimana pengaruh harga yang diberikan PT. Nuansa Ceria Pesona terhadap loyalitas konsumen.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif mendeskripsikan peran kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang data dan informasinya didapat dari pengumpulan seluruh populasi. Survei dapat memberikan manfaat untuk berbagai tujuan, sehingga dapat membantu dalam membandingkan dengan kondisi yang ada dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti (Umar, 2013).

Populasi

Menurut Sugiyono, (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian tertarik kesimpulannya.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis menentukan populasi adalah konsumen yang pernah melakukan perjalanan umroh menggunakan jasa PT. Nuansa Ceria Pesona dari tahun 2018 dan pada tahun 2019 yang beralamat rumah di Sumbawa Besar, konsumen yang berumur kurang dari 60 tahun dan konsumen yang menggunakan jasa PT. Nuansa Ceria

Pesona lebih dari satu kali atau merekomendasikan jasa PT. Nuansa Ceria Pesona kepada orang lain.

Sample

Menurut Sugiyono, (2016) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2016). Cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Sampel Jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil atau kurang dari 30 populasi (Sugiyono, 2016).

PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05, jika nilai sig \geq 0,05 maka Ho diterima dan Ha di tolak, sedangkan jika nilai sig \leq 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dalam penelitian ini uji t menggunakan bantuan program SPSS 20. Hasil uji t dapat di lihat pada tabel berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.329	1.100		3.027	.005
1 KUALITAS PELAYANAN X1	.105	.080	.282	1.322	.197
HARGA (X2)	.452	.180	.534	2.506	.019

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN (Y)

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 1,322, dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,322 < 2,052$) dengan nilai signifikansi $0,197 > 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen maka, Hipotesis ditolak.

Variabel Harga

Berdasarkan hasil 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 2.506, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.506 > 2,052$) dengan nilai signifikansi $0,019 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan ada hubungan antara harga dengan loyalitas konsumen maka, Hipotesis diterima

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.584	.60299

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN X1, HARGA X2

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,613. Hasil ini membuktikan bahwa kemampuan variabel independen kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen loyalitas konsumen sebesar 61.0% dan sisanya 39.0% di pengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan dan pengendalian atas nilai suatu produk dan jasa tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, yang dinyatakan oleh Sangadji dan Sopiah, (2013). Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji parsial (Uji t), yang telah dijelaskan diatas menunjukkan bahwa H_1 ditolak, yang diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, dengan berada pada daerah positif. Kualitas Pelayanan menentukan berhasilnya suatu perusahaan jasa berjalan dengan baik di pangsa pasar, dalam hal ini perusahaan sudah memperhatikan dan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen jamaah Umroh PT. Nuansa Ceria Pesona, dimana pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan standar operasional prosedur, akan hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak terpengaruh oleh Loyalitas Konsumen, oleh sebab itu konsumen jamaah PT. Nuansa Ceria Pesona mendapatkan sebagian besar fasilitas saja seperti buku panduan pelaksanaan ibadah, schedule rangkaian kegiatan selama kegiatan ibadah serta sarana dan prasarana lain yang menyangkut kegiatan selama ibadah saat setelah sampai di tanah suci mekkah. Kualitas Pelayanan tidak menjadi pertimbangan konsumen jamaah umroh PT. Nuansa Ceria Pesona karena konsumen beranggapan kualitas pelayanan hanya di dapatkan saat sebelum keberangkatan yaitu saat kepengurusan passport dan visa saja.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

Menurut Kotler, (2012). Menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen yang bersedia membayar harga yang ditawarkan perusahaan untuk mendapatkan apa yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan

hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.7 menunjukkan harga (X_2) dengan nilai signifikansi $0,019 > 0,05$, artinya hal ini mendukung hipotesis bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh dari harga yang secara signifikan dapat disebabkan oleh beberapa hal antara lain, harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang diperoleh, harga paket perjalanan umroh pada PT. Nuansa Ceria Pesona dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat yang ingin melakukan perjalanan ibadah Umroh dibandingkan dengan perusahaan travel lain yang menyediakan paket perjalanan umroh yang lebih mahal, atau harga yang ditawarkan oleh travel lain tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh para calon Jamaah.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembaha hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1). Kualitas pelayanan memberikan Pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh tetapi tidak signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada travel umroh PT. Nuansa Ceria Pesona. Dengan pelayanan yang berkualitas maka konsumen akan tetap berkeinginan untuk menggunakan jasa pada PT. Nuansa Ceria Pesona, karena mereka merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan sehingga mereka menjadi loyal.
- 2). Harga memberikan pengaruh signifikan yang artinya hipotesis tersebut menyatakan dan berarti sehingga dapat diterima dan berlaku terhadap keputusan loyalitas konsumen jamaan Umroh PT. Nuansa Ceria Pesona di Sumbawa Besar, karena harga yang ditawarkan cukup bervariasi dengan berbagai macam paket yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga membuat para konsumen dapat memilih harga sesuai kemampuannya.

SARAN

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti lain menyarankan untuk menambahkan jumlah variabel yaitu citra merek dan promosi agar dapat memberikan informasi yang akurat.

2. Bagi perusahaan agar tetap menjaga, meningkatkan dan memperhatikan standar operasional prosedur. Peneliti menyarankan agar lebih meningkatkan pada segi Kualitas Pelayanan yang diberikan untuk para jamaah umroh PT. Nuansa Ceria Pesona dan memberikan paket fasilitas khusus agar menarik minat konsumen dengan Harga yang terjangkau.
3. Bagi pihak akademis diharapkan penelitian ini dapat membantu proses pembelajaran khususnya terhadap ilmu manajemen pemasaran serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai judul yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal 171-186.
- Ahmad Mubarak. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Anita Wisata Surabaya*, 3-25
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bulan, T. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*.
- Dian Pratiwi. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada pt. hijrah tour travel*, 4-23.
- Faza, H & Widiyanto, I. (2016). *Studi Minat Merefrensikan Dalam Jasa Travel Umroh*.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Hurriyati (2013), *Customer Loyalty*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Griffin, Ricky W. (2008). *Customer Loyalti: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iskandar, (2008). *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)* Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prebalindo.
- Kotler, Philip & Gary, Amstronng. (2014). *Priciples of Marketing.14th Edition 14*. England: Person Horizon.
- Kotler, Phillip, and Kevin, L. Keller. (2012). *Marketing Management: 14 Edition*. New Jersey.
- Krispiandhita, D., & W, H. D. (2015). *Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Nugroho Viatama Pest Control Semarang)*. Rambat. 2010.
- Lupiyoadi, Rambat. 2010. *ManajemenPemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marawan. D. (2018). *Pengaruh Pelayanan Promosi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Word Off Mounth (WOM) Pada Perusahaan Travel Haji dan Umroh PT. Cahaya Sukses Mandiri*.
- Mardalis. (2009). *Populasi dan Sampel Penelitian*. Retrieved From <http://triatra.wordpress.com>
- Pongoh, Melysa Elisabeth. (2013). "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu as Telkomsel di Kota Manado". Jurnal EMBA.
- Pujawan. (2010). *Riset Pemasaran Kontemporer*, Edisi Pertama Jakarta: Salemba Empat.
- Rustam. S.A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel*

- Intervening Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Di Solo.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya, Bandung.
- Sangadji, E.M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sanjaya, S. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus di toko Family Tasikmalaya)*.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Tanzeh, A. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Tjiptono, F., Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Umar, H. (2013). *Riset Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Edisi Kedua Raja Grafindo Persada.
- Website Direktorat Penyelenggaraan Haji & Umroh Kementerian Agama <https://haji.kemenag.go.id/>
- Website Perusahaan Travel Haji & Umroh PT. Nuansa Ceria Pesona <http://www.ncptour.com/>
- Wiratma S. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Widya S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa PT. Tiara Al-Fikri Tour and Travel*.