

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KOLAM RENANG TEUKU UMAR BOJONEGORO

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya)

Yusli Fadlika Rahman dan Harti

Prodi Pend.Tata Niaga, Jurusan Pend.Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya 60231

E-mail: yusli_fadlika@yahoo.com

Abstrak: Kota Bojonegoro merupakan salah satu kota berkembang di Jawa Timur, oleh sebab itu masyarakat Bojonegoro menaruh besar harapan untuk bekerja didaerahnya sendiri. Tidak lepas dari julukan kota penghasil minyak terbesar di Indonesia, kota Bojonegoro ingin menjadi kota tujuan wisata seiring berkembangnya industri minyak di kota Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk a) mengetahui kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar, b) mengetahui harga yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar, c) mengetahui kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara simultan atau bersama-sama kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen.*

Abstract: Bojonegoro is one of developing in east java have a big hope to work in their our so bojonegoro people their city. Bojonegoro no is also called oil city because bojonegoro is one producer of oil in Indonesia beside, Bojonegoro also wants to become a tourist city. The purposes of this research are a) knowing the of service quality that influencing of costumer satisfaction in swimming pool of Teuku Umar, b) determining the price that influencing of costumer satisfaction in swimming pool of Teuku Umar, c) knowing the service quality and price that influencing of costumer satisfaction in swimming pool of Teuku Umar. The sample used by 100 respondents. The results showed service quality and price are simultaneously influence the costumer satisfaction positively and significantly in Swimming Pool Teuku Umar Bojonegoro.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata yang semakin pesat berpengaruh terhadap kemajuan sektor jasa di Indonesia saat ini. Hal tersebut bisa dilihat dari beberapa sektor jasa yang berkembang di kota-kota besar di Indonesia khususnya di Jawa Timur, banyak

pengelola bisnis di sektor jasa mengembangkan layanan yang sangat

positif, khususnya di sektor wisata. Kota Bojonegoro salah satunya, Bojonegoro merupakan kota berkembang di Jawa Timur yang tidak ingin memiliki anggapan pada masyarakat bahwa Bojonegoro lahannya

mencari pekerjaan karena sekarang Bojonegoro merupakan salah satu lahan pengeboran minyak di Indonesia, tetapi juga dapat dikunjungi sebagai kota wisata.

Tujuan perkembangan wisata yang terdapat di sektor jasa dapat dilihat dari pembangunan nasional dan kebutuhan konsumen. Terdapat lima macam peranan yang dilakukan oleh beberapa orang, salah satunya adalah pemakai (user) yaitu orang yang mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli (Kotler et al dalam Tjiptono, 2008:20). Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa (Habib, 2011:05). Kepuasan konsumen akan memperluas peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang. Terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan, disamping harus memperhatikan faktor-faktor juga harus memperhatikan kepuasan konsumen, kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis (Tjiptono, 2014:353).

Dimensi kualitas layanan telah dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (1988:17) mendeskripsikan 10 kualitas layanan kepada konsumen yaitu Tangibles (bukti langsung), Reliability (keandalan), Responsivness (Daya Tanggap), Communication (Komunikasi), Credibility (Kredibilitas), Security (Keamanan), Competence (kompetensi), Courtesy (Kesopanan), Understanding/knowing (Pemahaman), Access (Akses).

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Yamit (2010:11), yaitu berdasarkan pada lima kualitas yaitu Reliability (Kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, aspek ini penting karena termasuk dalam proses pemberian kualitas layanan pada konsumen sebagaimana Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro sudah mempunyai ijin dari dinas pariwisata dan dinas pertanahan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel kualitas layanan dan variabel harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan Jasa

Kualitas jasa atau kualitas layanan atau (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 109).

Kotler dalam Tjiptono (2007 : 11) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Habib (2011 : 18) kualitas jasa adalah merupakan usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk menyesuaikan dengan harapan konsumen.

Definisi kualitas layanan merupakan hasil dari perbandingan antara pelanggan dengan harapan tentang cara layanan telah diperoleh Kheng, Lo Liang dkk, (2010 : 58).

Alma (2007:284) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. *Tangibles* (berwujud)
2. *Emphathy*,
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap),
4. *Reliability* (Keandalan),
5. *Assurance* (Kepastian)

Harga

Harga atau Price adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam uang (Alma, 2007:169). Penerapan harga jual berasal dari harga pokok tersebut sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa (Tjiptono, 2014:193).

Pongoh (2013:88) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Menurut Malik dkk (2012) sebagian besar harga sedang dinilai oleh konsumen sesuai dengan layanan kualitas yang pada gilirannya menciptakan kepuasan atau ketidakpuasan, yang tergantung pada prinsip ekuitas, konsumen ingin melakukan kesepakatan dengan penyedia layanan dalam

kasus ketika harga sedang dirasakan oleh keadilan harga konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin “Satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “fatio” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 195). Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa yang telah dibelinya.

Kepuasan konsumen adalah rangkuman berbagai intensitas respons afektif. Tipe respons afektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami pelanggan/konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti tergantung pada konteks penelitiannya (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 196).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Lestari, 2014 : 102). Strategi peningkatan kepuasan pengunjung yang perlu dilakukan adalah dengan peningkatan pengelolaan dan penambahan pelayanan, sehingga pengunjung yang datang dengan jarak lebih jauh akan menikmati kegiatan lebih lama, selain itu tingkat pengunjung yang berpendidikan akan terpenuhi (Lestari, 2014 : 108).

Sehingga Pengukuran indikator Kepuasan pelanggan menggunakan pernyataan sebagai berikut:

- 1) Saya puas dengan kinerja karyawan yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro
- 2) Saya puas dengan fasilitas yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro
- 3) Saya puas dengan harga yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro

- 4) Saya puas dengan seluruh pelayanan yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk menurut Bearden, *et al.*,(Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dan pengalaman masa lalu. Promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima (Haryanto, 2013:1467).

Penelitian yang dilakukan oleh Manoppo (2013) Kualitas layanan dan *servicescape* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Khasanah (2010), menjelaskan hasil pengujian secara statistik dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas layanan cenderung rendah maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga adalah sejumlah uang yang harus diberikan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu barang atau jasa dan

harga tersebut terbentuknya di pasar (Alma, 2007:92).

Penelitian yang dilakukan oleh Amanah (2010) dalam hasil penelitiannya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu menurut hasil penelitian Lubis dan Martin (2009) bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis dalam penelitian adalah :

- H1 : Terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar.
- H2 : Terdapat pengaruh secara signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar.
- H3 : Terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian metode merupakan faktor yang sangat penting karena berpengaruh terhadap keberhasilan penelitian yang dilakukan. Penelitian

kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang bersifat sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian yaitu waktu yang di butuhkan penulis untuk mencari responden dan menyebarkan angket yaitu pada bulan Maret 2015. Penelitian bertempat di Kolam Renang Teuku Umar. Dipilih Pemandian Kolam Renang Teuku Umar dikarenakan di tempat ini menunjukkan hal penting dalam penelitian yang dapat diperoleh suatu data, informasi, keternagan dan hal-hal lain yang berhubungan. Kolam Renang Teuku Umar.

Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Gambaran dari objek penelitian adalah di Kolam Renang Teuku Umar dan populasi yang diambil adalah bersifat infinite.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Non Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:122). Khususnya menggunakan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan

pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:85). Dalam pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode jenis purposive sampling. Menurut Sugiyono (2008:91) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Lebih lanjut dalam penelitian haryanto (2013) menyimpulkan besarnya sampel adalah 100 responden tersebut sudah dapat mewakili keseluruhan populasi. Berdasarkan ketentuan tersebut maka peneliti menetapkan besarnya sampel adalah 100 responden yang dianggap bahwa 100 responden tersebut sudah mewakili keseluruhan populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata Kolam Renang Teuku Umar, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket

Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Angket atau kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Narbuko, 2013:76). Angket yang digunakan dalam penelitian berupa angket yang menggunakan 4 item pilihan jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket yang didalamnya berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas layanan, harga dan kepuasan

konsumen di wisata kolam renang Teuku Umar Bojonegoro.

Definisi Operasional Variabel

a. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas jasa atau kualitas layanan atau (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 109). Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*),
2. Daya Tanggap (*responsiveness*),
3. Jaminan (*assurance*),
4. Empati (*empathy*),
5. Bukti fisik (*tangibles*).

Harga (X2)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak konsumen kepada pihak pemberi layanan barang maupun jasa, sehingga memberikan timbal balik antara konsumen dengan perusahaan. Indikator dari harga yaitu :

- 1) Harga tarif masuk di Kolam renang Teuku Umar yang terjangkau.
- 2) Harga tarif masuk di Kolam renang Teeuku Umar cukup kompetitif dibandingkan objek wisata yang ada di Bojonegoro.
- 3) Harga tarif masuk di Kolam renang Teeuku Umar sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

- 4) Harga tarif masuk sesuai dengan pelayanan yang diberikan Kolam renang Teeuku Umar.

Variabel Terikat (*dependent*)

Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen. yang akan diukur dengan beberapa metode sebagai berikut :

- 1) Saya puas dengan kinerja karyawan yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro
- 2) Saya puas dengan fasilitas yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro
- 3) Saya puas dengan harga yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro
- 4) Saya puas dengan seluruh pelayanan yang diberikan Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro

Metode Analisis

Validitas (kesahihan) dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut. Terdapat langkah-langkah pokok dalam analisis kesahihan butir pada dasarnya yaitu :

- a) Menghitung skor faktor dari skor butir
- b) Menghitung korelasi antara butir dengan faktor

Habib (2011:41) menyatakan bahwa Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Instrumen yang ekuivalen adalah pertanyaan yang secara

bahasa berbeda , tetapi sama maksudnya (Sugiyono, 2012:358).

Teknik analisis data merupakan alat yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Hipotesis yang telah dirumuskan sangat diperlukan untuk diuji kebenarannya, dan data yang telah diperoleh diolah dengan teknik analisis regresi linier berganda menggunakan program pengolahan data SPSS 16.0 for windows. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan :

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

Keterangan :

Y = Estimasi kepuasan konsumen

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari kualitas layanan

X_1 = Variabel kualitas layanan

b_2 = Koefisien regresi dari harga

X_2 = Variabel harga

e = Residul atau kesalahan prediksi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden yang berusia 16 – 26 tahun adalah yang sebanyak 61 responden, Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro yang paling banyak mengunjungi adalah berusia antara 16-26 Tahun, sedangkan responden yang bekerja sebagai Pelajar / mahasiswa sebanyak 49 orang, responden ini yang terbanyak dikarenakan yang paling sering mengunjungi kolam renang adalah para pelajar/mahasiswa.

Responden yang menggunakan Sepeda Motor sebanyak 69 responden, sebagian besar para pengunjung mengenakan sepeda motor untuk pergi ke kolam renang, dan responden yang memiliki pendapatan < Rp. 1.000.000,00 sebanyak 49 responden, karena sebagian responden penelitian adalah pelajar/mahasiswa yang memiliki penghasilan < Rp. 1.000.000,00.

Pengujian normalitas menggunakan menggunakan grafik histogram untuk mengetahui uji normalitas penelitian dapat menggunakan Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF > 10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas dan apabila sebaliknya VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas (independent) nilai VIF yaitu 1.510 < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian heteroskedastisitas Dari grafik scatterplots diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen berdasarkan variabel kualitas layanan dan harga.

Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini

M cvfcdxzodel	B	t _{hitung}	Sig. T
Konstanta	1.566	-	-
Kualitas Layanan	0.115	3.255	0.002
Harga	0.276	3.120	0.002
R Square = 0.333			
Adj R Square = 0.320			
F Hitung = 24,264			
Sig.F = 0.002			
Variabel terikat : Kepuasan Konsumen			

Sumber: Hasil *Output* SPSS
maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.566 + 0,115 X_1 + 0,276 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi dari masing-masing variabel yaitu kualitas layanan (X1) dan variabel harga(X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

- Dari model analisis dapat diketahui nilai konstanta sebesar 1.566 (bernilai positif), ini berarti apabila variabel kualitas layanan (X1) dan harga (X2) dianggap nol atau ditiadakan maka besarnya kepuasan konsumen (Y) Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro 1.566.
- Dari hasil regresi linier berganda diperoleh besarnya nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,115 artinya jika variabel kualitas layanan mengalami kenaikan

1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,115 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

- Dari hasil regresi linier berganda diperoleh besarnya nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,276 artinya jika variabel harga mengalami kenaikan 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,276 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Variabel Bebas	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig
Kualitas Layanan (X1)	3.255	1,6606	0.002
Harga (X2)	3.120		0.002

Sumber: Hasil *Output* SPSS

- Pada Tabel dapat diketahui bahwa Variabel Kualitas Layanan (X1)
Dari tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa t hitung untuk variabel kualitas layanan (X1) sebesar 3.255 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas layanan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).
- Variabel Harga (X2)
Untuk variabel harga (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar 3.120 didukung pula dengan tingkat

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji F (Simultan)

Keterangan	Nilai	Sig.
F hitung	24,264	0,000

Sumber: Hasil *Output* SPSS

Pada Tabel dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 24,264 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar (Y) di Kolam Renang Teuku Umar

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kolam renang teuku umar bojonegoro. Adanya pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini menegaskan bahwa apabila semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

Kualitas jasa atau kualitas layanan atau (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 109). Hasil penelitian ini sesuai dengan tema yang hasil penelitian yang dilakukan oleh Khasanah, dkk (2010) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Haryanto, dkk (2013) menyatakan bahwa Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dari hasil regresi linier berganda menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya hal tersebut maka kualitas layanan sangat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada layanan jasa yang diberikan di Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

Pengaruh Harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar (Y) di Kolam Renang Teuku Umar

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kolam renang teuku umar bojonegoro. Harga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, salah satunya Pelayanan karyawan Kolam renang yang baik kepada para pengunjung, dengan harga yang dibayarkan terbilang terjangkau namun pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik, tarif masuk di Kolam renang

terjangkau, makanan yang dijual di Kolam renang dengan harga yang terjangkau/murah serta terjaga kebersihannya. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang

Harga atau *Price* adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam uang (Alma, 2007:169). Penerapan harga jual berasal dari harga pokok tersebut sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa (Tjiptono, 2014:193).

Dari hasil regresi berganda menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya hal tersebut maka harga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada di kolam renang Teuku Umar, karena dengan harga yang terjangkau konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi kolam renang Teuku Umar.

Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kolam Renang Teuku Umar (Y) di Kolam Renang Teuku Umar

Kualitas jasa atau kualitas layanan atau (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono dan Georgeus, 2007 : 109). Kualitas layanan

adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dan pengalaman masa lalu. Harga adalah sejumlah uang yang harus diberikan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu barang atau jasa dan harga tersebut terbentuknya di pasar (Alma, 2007:92). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Lestari, 2014 : 102).

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y). maka dapat diketahui nilai koefisien dari hasil uji F juga diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen di kolam renang teuku umar bojonegoro.

Dari 100 responden dalam penelitian ini adalah responden berusia 16 – 26 tahun merasa lebih puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Kolam Renang Teuku Umar dan terlebih didukung oleh harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan mereka.

KESIMPULAN

1. Variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.
2. Variabel Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku Kepuasan Konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

3. Secara simultan atau bersama-sama kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan serta simpulan di atas, adapun saran yang diberikan adalah :

1. Bagi kolam renang Teuku Umar Bojonegoro
 - a. Pada variabel kualitas layanan diharapkan pengelola Kolam renang Teuku Umar Bojonegoro Dapat mempertahankan Kualitas Layanan (Service Quality) yang sudah baik seperti : Kolam renang selalu buka setiap hari mulai pagi sampai sore sehingga memudahkan pengunjung untuk berenang dan yang harus diperbaiki di kolam renang Teuku Umar adalah pihak kolam renang yang cepat tanggap menangani pengunjung jika terjadi kecelakaan pada saat berenang, fasilitas yang ada di kolam renang sudah lengkap, kolam renang menjamin keamanan di dalam maupun di luar kolam renang, tiga item pernyataan tersebut nilai rata-ratanya rendah.
 - b. Pada variabel harga diharapkan pengelola kolam renang teuku umar bojonegoro tetap mempertahankan harga terjangkau yang merupakan daya tarik konsumen seperti : Pelayanan karyawan Kolam renang yang baik kepada para pengunjung dan yang harus diperbaiki yaitu kolam renang menyediakan fasilitas

yang lengkap bagi pengunjung karena item pernyataan tersebut memiliki nilai rata-rata yang rendah.

- c. Diharapkan pengelola Kolam Renang Teuku Umar mempertahankan kepuasan konsumen dengan selalu meningkatkan kinerja karyawan yang diberikan kolam renang teuku umar bojonegoro dan harus meningkatkan fasilitas yang diberikan kolam renang Teuku Umar.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan khususnya untuk penelitian yang kaitanya dengan kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Fina. 2012. Analisis Pengaruh Kualitaas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Baakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. Jurnal EMBA. Vol. 2, No. 1 : hal. 71-82
- Anggraeni, Siska. 2014. Peran Pembangunan Kawasan Wisata Jawa Timur Park II Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Sekitarnya. Jurnal Ilmiah

- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*. Vol. 1: hal. 273-283
- Habib, Muhammad Husnul. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Han Chung, Ki, dkk. 2015. The Effects of CSR on Customer Satisfaction and Loyalty in China: The Moderating Role of Corporate Image. *International Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 3: Hal.542-543
- Haryanto, Resty Avita. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1: hal. 1465-11473
- Khasanah, Imroatul dan Octarina Dina Pertiwi. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS. St. Elisabeth Semarang. *Jurnal Manajemen*. Vol. 12: hal. 117-124
- Kheng, Lo Liang, Osman Mohamad dkk. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies* . Vol. 2: hal. 58-59
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Parasuraman,A, Valarie. A. Zethaml, Leonard. L. Berry. 1988. Servqual : A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Jurnal Retailing*. Vol. 64: hal. 12-40
- Subangkit, Lulu, Samsul Bakrie, Susni Herwanti. 2014. Faktor-faktor Kepuasan Pengunjung Di Pusat Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kambas Lampung. *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 2: hal. 101-110
- Malik, Muhammad Ehsan, dkk. 2012. Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3: Hal.124-125
- Manoppo, Ferninda. 2013. Kualitas Pelayanan, dan Servicecape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1: hal. 1341-1348
- Mariana, Sandriana, Andri Darmawati, Indra Setiawan. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Penerbangan Full Service Airlines. *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik*. Vol. 1: hal. 156-164
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pongoh, Melysa Elisabeth. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1: hal. 85-95

Riduwan, 2007. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung : CV. Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy dan Georgeus Chandra. 2007. Service Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : CV Andi Offset

Yamit, Zulian. 2010. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta : Ekonisia