

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Travelio

Dedeng Kurnia Putri

**Program Studi Manajemen Aviasi, Program Manajemen
Sekolah Tinggi Manajemen Pariwisata dan Logistik (STIM-PAL) Lentera Lemondial
Email: Edengputri3@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Travelio. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden yang merupakan pelanggan Travelio. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 8,089$; $\text{sig} = 0,000$). Variabel harga menunjukkan pengaruh yang mendekati signifikan ($t = 1,971$; $\text{sig} = 0,051$). Secara simultan diperoleh nilai F sebesar 118,734 dengan R^2 sebesar 0,652 yang berarti 65,2% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, Travelio

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Travelio. The research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaire distribution to 130 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. Data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 8.089$; $\text{sig} = 0.000$). The price variable shows an effect that approaches significance ($t = 1.971$; $\text{sig} = 0.051$). Simultaneously, the F value obtained was 118.734 with an R^2 of 0.652, meaning that 65.2% of customer satisfaction can be explained by both variables.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction, Travelio

PENDAHULUAN

Perkembangan industri penyewaan hunian berbasis digital mengalami pertumbuhan yang pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan akomodasi yang praktis dan efisien. Travelio sebagai salah satu platform penyewaan properti berbasis digital menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor yang sering dikaji dalam penelitian pemasaran jasa. Pelayanan yang responsif dan andal dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, sementara harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima akan membentuk persepsi nilai yang positif. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Travelio, baik secara parsial maupun simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Travelio. Pendekatan kuantitatif dipilih

karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara objektif melalui analisis statistik.

Objek penelitian adalah pelanggan Travelio yang pernah menggunakan layanan penyewaan properti berbasis digital. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yakni pelanggan yang pernah melakukan transaksi melalui platform Travelio. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 130 orang.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, dan kemudahan layanan. Variabel harga diukur berdasarkan persepsi keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap layanan Travelio.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap kepuasan pelanggan. Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan.

Tabel 1. Hasil Uji F (Simultan)

F hitung	Sig.
118,734	0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 118,734 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travelio. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian yang dibangun memiliki relevansi empiris dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan dapat diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam industri penyewaan hunian berbasis digital, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan merupakan kombinasi antara kualitas pelayanan yang diberikan dan harga yang ditawarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Nurjamad dan Wahyuni (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa strategi pemasaran jasa harus mempertimbangkan keseimbangan antara kualitas pelayanan dan persepsi harga yang adil.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan	8,089	0,000
Harga	1,971	0,051

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 8,089 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travelio.

Secara teoritis, kualitas pelayanan merupakan determinan utama dalam pembentukan kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung mengevaluasi pengalaman layanan secara keseluruhan sebelum menentukan tingkat kepuasan mereka. Dalam konteks layanan digital seperti Travelio, aspek kecepatan respons, kejelasan informasi, kemudahan transaksi, serta penanganan keluhan menjadi faktor penting yang membentuk persepsi pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Amir dan Zaini (2021) serta Saleha et al. (2018) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tingginya nilai t hitung menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Dominasi variabel ini mengindikasikan bahwa dalam konteks layanan berbasis digital, dimensi pengalaman layanan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi dan evaluasi pelanggan terhadap perusahaan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi prioritas strategis bagi manajemen Travelio untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 1,971 dengan tingkat signifikansi 0,051. Nilai signifikansi tersebut sedikit lebih besar dari batas signifikansi 0,05, sehingga secara statistik pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

Meskipun demikian, nilai signifikansi yang mendekati 0,05 menunjukkan bahwa harga tetap memiliki kecenderungan memengaruhi kepuasan pelanggan, meskipun kontribusinya tidak sekuat kualitas pelayanan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dalam layanan penyewaan hunian berbasis digital, pelanggan lebih memprioritaskan pengalaman layanan dibandingkan pertimbangan harga semata.

Temuan ini memberikan implikasi bahwa meskipun harga tetap menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran, peningkatan kualitas pelayanan memiliki dampak yang lebih besar dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Fahriani (2022) menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam sektor jasa. Selain itu, Azis dan Haryadi (2022) menemukan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan dan harga yang sesuai mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Penelitian Tooy (2024) juga menegaskan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan pada berbagai sektor usaha.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,807	0,652	0,646	4,879

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,652 menunjukkan bahwa 65,2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga. Sementara itu, sebesar 34,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti promosi, citra merek, lokasi properti, maupun pengalaman pribadi pelanggan.

Nilai R^2 tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang kuat dalam menganalisis kepuasan pelanggan Travelio. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa model memiliki tingkat *goodness of fit* yang memadai, sehingga layak digunakan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan pada konteks penelitian ini.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup representatif dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Travelio. Secara parsial, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa harga tetap memiliki kecenderungan memengaruhi kepuasan pelanggan, meskipun kontribusinya tidak sekuat kualitas pelayanan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dalam layanan penyewaan hunian berbasis digital, pelanggan lebih memprioritaskan pengalaman layanan dibandingkan pertimbangan harga semata. Temuan ini memberikan implikasi bahwa meskipun harga tetap menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran, peningkatan kualitas pelayanan tetap menjadi prioritas utama dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,652 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan Travelio.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian mengenai determinan kepuasan pelanggan pada industri penyewaan hunian berbasis digital, khususnya dalam konteks platform properti berbasis teknologi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa rekomendasi dapat diberikan kepada manajemen Travelio sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. Manajemen Travelio perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam aspek responsivitas, keandalan, dan kemudahan akses layanan digital. Selain itu, strategi penetapan harga perlu disesuaikan dengan persepsi nilai pelanggan agar tetap kompetitif di tengah persaingan industri.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti promosi, citra merek, atau kualitas fasilitas, sehingga model penelitian dapat memiliki daya jelaskan yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rintis Eko Widodo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan yang diberikan dalam penyusunan jurnal ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen di Sekolah Tinggi Manajemen Pariwisata dan Logistik (STIM-PAL) Lentera Lemandial atas dukungan akademik yang diberikan, serta kepada Bapak M. Hanafi atas kesempatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dan menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. F., & Zaini, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan jasa rental mobil pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 57–60.
- Fahriani, N. S. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 1-11.
- Saleha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12, 15.
- Azis, M. F., & Haryadi, D. (2022). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6, 180-188.

- Nurjamad, M. A., & Wahyuni, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Paddy Kota Bandung. *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEb)*, 3, 1-12.
- Tooy, S. M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Balance Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 3(1), 8-16.