

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN PADA HOTEL DANTE DI KABUPATEN GIANYAR

Ni Wayan Astari¹
Putu Gede Denny Herlambang²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Untuk mempertahankan agar tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru yang merupakan faktor yang menentukan keberhasilan bisnis ini. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah kepercayaan dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan pada Hotel Dante di Gianyar ? Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui kepercayaan dan kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan pada Hotel Dante Gianyar. Jumlah sampel ditentukan dengan metode sensus sebanyak 25 orang wisatawan yang berkunjung di Hotel Dante Gianyar. Data dianalisis dengan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji signifikansi simultan (F-test) dan uji signifikansi parsial (t-test). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan maupun parsial antara Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Hotel Dante Gianyar.

Kata kunci : Kepercayaan , Kualitas Pelayanan, Minat Kunjungan

ABSTRACT

To maintain in order to stay on the misdt of intense competition, they compete to order offer more value that can attractconcumers, satisfied and loyal customers are opportunities to get new costumers which are the factors that determine the success of this business. The formulation of the problem inthis study is: Does the trust and quality of service partially or simultaneously influence the interest of tourist visits at the Dante Hotel in Gianyar: The purpose of the sutdy was to determine the trust and quality of service partially or simultaneously influnce the interest of tourist visits at Hotel Dante Gianyar. The number of sampels was determined by a census method of 25 tourists visiting the Dante Hotel Gianyar. Data were analyzed using classic assumption test, multiple linear regression analysis, analysis of determination, simultaneous significance test (F-test) and partial significance test (t-tes). The result showed that there were positive and significant effects simultaneously and partially between the influence of trust and service quality on the interest of tourist visits at the Dante Hotel Gianyar.

Keywords: Trust, Service Quality, Visit Interest

PENDAHULUAN

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang di dalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas pertemuan, penjamuan, dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru yang merupakan faktor yang menentukan keberhasilan bisnis ini.

Perusahaan yang bergerak di bidang produk haruslah dapat mempertahankan reputasi yang baik di mata pelanggannya. Kualitas layanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Tanpa memperhatikan kualitas pelayanan maka jangan harap perusahaan dapat terus mempertahankan image di mata pelanggan. Dengan mengutamakan pelayanan yang baik dan memberikan kenyamanan maka pembeli akan memudahkan perusahaan mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang maksimal melalui peningkatan jumlah pembeli oleh pelanggan secara terus menerus.

Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu isu yang sangat krusial dalam manajemen, baik dalam sektor pemerintah maupun swasta. Hal ini terjadi karena di satu sisi tuntutan masyarakat terhadap perbaikan kualitas pelayanan dari tahun menjadi semakin besar, sedangkan di sisi lain praktek penyelenggaraan pelayanan tidak mengalami perbaikan yang berarti (Purwoastuti dan Walayani, 2015:1)

Peningkatan jumlah pembeli ini dapat terjadi jika pelanggan puas atas fasilitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Untuk mempertahankan agar tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba-lomba

menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Dari aneka makanan, hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas dimata konsumen. Salah satu diantaranya yaitu Hotel yang bernama Hotel Dante beralamat di Jl. Hasanudin I no 3 Gianyar yang terletak di tengah-tengah perumahan yang cukup padat penduduknya yang bertujuan untuk menikmati istirahat setelah berwisata maupun tugas bisnis dengan lebih nyaman. Berdasarkan wawancara saya dengan pegawai disana mengenai data angka kunjungan ulang hotel selama 2 tahun terakhir menunjukkan jumlah wisatawan yang kembali menggunakan layanan hotel masih sedikit. Kunjungan wisatawan yang terus menurun menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan Hotel Dante tidak berjalan dengan baik sehingga minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang rendah. Dari survey awal yang dilakukan penyebab turunnya minat kunjungan ulang wisatawan seperti faktor pengalaman yang tidak menyenangkan di masa lalu pada saat melakukan kunjungan sehingga wisatawan enggan untuk datang kembali, pencarian informasi yang minim untuk mendapatkan lokasi karena belum banyak orang yang mengetahui tempat tersebut. Dengan informasi yang ada, maka dalam penelitian ini penulis memilih Hotel Dante sebagai obyek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui apakah kepercayaan dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh atau tidak terhadap minat kunjungan wisatawan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka penulis memfokuskan penelitian dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Hotel Dante Gianyar".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini berlandaskan pada positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:35). Menggunakan metode survei karena penelitian dilakukan pada suatu populasi dan data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah 50 orang wisatawan yang berkunjung pada Hotel Dante Gianyar. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus aksidental dan ukuran sampel yang diperoleh sebesar 25 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner dan wawancara. Instrumen penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengolahan data menggunakan perhitungan statistik regresi linier berganda berdasarkan hasil perolehan data dari jawaban responden dari kuesioner yang diberikan. Data dikuantitatifkan terlebih dahulu dengan metode skala *likert* yaitu dengan memberikan skor kepada masing-masing indikator variabel yaitu dari skor 1 sampai dengan skor 5 sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Netral (N) diberi skor 3, Setuju (S) diberi skor 4, sangat Setuju (SS) diberi skor 5. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu analisis statistik inferensial, terdiri dari: uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis

determinasi, uji signifikansi parsial (*t-test*) dan uji signifikansi simultan (*F-test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen

Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yang diperoleh dari instrumen penelitian. Jika instrumen penelitian dinyatakan *valid* dan *reliable*, berarti instrumen layak digunakan sehingga mampu mengukur variabel sebagaimana mestinya.

Uji Validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrumen sebagai alat ukur. Tingkat validitas instrumen dapat dilihat dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) instrumen dengan nilai R tabel. Jika nilai koefisien korelasi > R tabel maka item pernyataan adalah valid. Hasil Uji Validitas Instrumen Karena nilai r hitung yang dilihat dari *Pearson Correlattion* pada item_1 sebesar 0,535 > r tabel 0,195, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat disimpulkan bahwa item_1 adalah valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala dengan gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapaun hasilnya disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	12

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan tabel diatas, dari 12 buah item dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,723 > 0,05. Maka sebagaian dasar

pengambilan keputusan dalam uji Reliabilitas adalah *reliabel* atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda, maka model persamaan regresi harus melalui uji asumsi klasik agar hasil uji hipotesis tidak bias. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik yang diolah dengan bantuan program *SPSS version 22 For Windows* yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan secara statistik, dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov*(K-S). Uji Normalitas di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapun hasilnya disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87825242
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.105
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan tabel diatas, dilihat pada Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,549 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov smirnov* diatas, dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu

pengamatan kepengamatan yang lain. Mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan secara statistik, dengan menggunakan uji Glejser. Uji Heteroskedastisitas di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapun hasilnya disajikan pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.745	2.234		2.124	.045
	Kepercayaan (X1)	-.144	.193	-.175	-.749	.462
	Kualitas Pelayanan (X2)	-.098	.123	-.186	-.798	.433

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan tabel diatas, dilihat pada nilai *sig* Kepercayaan (X1) adalah 0,462 dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah

0,433. Karena nilai *sig* lebih besar maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Uji multikolinearitas

bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolenearitas. Uji

Multikolinearitas di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapapun hasilnya disajikan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.359	3.621		2.584	.017		
Kepercayaan (X1)	-.014	.312	-.008	-.044	.965	.755	1.325
Kualitas Pelayanan (X2)	.487	.199	.500	2.547	.028	.755	1.325

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan (Y)

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Uji Regresi Linier Ganda

Berdasarkan tabel output “Coefficients” pada bagian “Collinearity Statistics” diketahui nilai Tolerance untuk variabel (X1) dan (X2) adalah 0,755 lebih besar dari 0,10. Semestara, nilai VIF untuk variabel (X1) dan (X2) adalah 1,325 < 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui minat kunjungan sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Uji regresi linier ganda di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapapun hasilnya disajikan pada tabel 5 sebagai berikut

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.196	3.016			4.375	.000
Kepercayaan (X1)	-.361	.131	-.431		-2.824	.016
Kualitas Pelayanan (X2)	.487	.166	.485		2.933	.008

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan (Y)

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *SPSS* diatas, diketahui $Y = 13,196$, $X1 = 0,361$ dan $X2 = 0,487$. Jadi $Y = 13,196 + 0,361 + 0,487 = 14,04$

Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui jumlah persentase

kontribusi kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan. Uji analisis determinasi di bantu dengan bantuan program *SPSS Version 18.0 for Windows*. Adapapun hasilnya disajikan pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Analisis Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.406	.352	1.740

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan (X1)

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan hasil dilihat pada R Square 0,406. Karena besarnya $R^2 = 0,406$. Koefisien determinasi (D) = 40% berarti bahwa besarnya kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan adalah sebesar 40%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji T-test

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi, sehingga diketahui pengaruh secara parsial antara hubungan kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungana dalah pengaruh yang positif dan signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan.

Tabel 7
Hasil Analisis Uji T-test

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	13.198	3.016		4.375	.000
Kepercayaan (X1)	-.381	.137	-.431	-2.824	.016
Kualitas Pelayanan (X2)	.487	.166	.483	2.939	.008

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan (Y)

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan gambar 4.1 bahwa t-hitung = 2,939 > t tabel = 2, 073 oleh karena t hitung berada pada daerah penolakan Ho, maka pengaruh kepercayaan terhadap minat kunjungan adalah signifikan.

Uji F-test

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat kunjungan secara simultan.

Tabel 7
Hasil Analisis Uji T-test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.606	2	22.803	7.529	.003 ^b
	Residual	66.634	22	3.029		
	Total	112.240	24			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Kunjungan (Y)

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Pada Lampiran

Berdasarkan gambar 4.2 bahwa F hitung = 7,582 > t-tabel = 3,44 maka Ho ditolak dan ha diterim oleh karena F hitung berada pada daerah penolakan Ho maka keercayaan dan kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan (hipotesis terbukti).

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : kepercayaan berpengaruh negative terhadap minat kunjungan wisatawan pada Hotel Dante di Kabupaten Gianyar. Hal ini di tunjukkan oleh nilai t hitung = $-2,624 < t \text{ tabel} = 2,073$. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan pada hotel Dante di Kabupaten Gianyar. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung = $2,939 > t \text{ tabel} = 2,073$. Kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat kunjungan wisatawan pada hotel Dante di Kabupaten Gianyar. Hal ini dinyatakan oleh nilai F hitung = $7,582 > F \text{ tabel} = 3,44$.

SARAN-SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan, maka yang dapat penulis sarankan kepada Hotel Dante Gianyar adalah sebagai berikut:

1. Kepada Hotel Dante Gianyar untuk meningkatkan kepercayaan dan kualitas pelayanan yang berguna untuk peningkatan minat kunjungan seperti memberikan jamuan selamat datang kepada para pengunjung agar merasa nyaman sehingga dapat bersaing dengan hotel yang lainnya.
2. Memberikan penghargaan kepada karyawan yang memiliki servis yang baik kepada pengunjung setiap bulannya baik berupa surat penghargaan maupun dalam bentuk materi.
3. Kualitas pelayanan yang dilakukan resepsionis harus lebih ditingkatkan dalam hal menginput data konsumen, dalam memberikan pelayanan yang cepat dan akurat serta kecepatan merespon keinginan pelanggan.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi penelitian, yaitu

dengan menambah responden wisatawan yang berkunjung ke Hotel Dante Gianyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2009. *Metodologi Penelitian (edisi revisi)*. Yogyakarta Bina Aksara.
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Semarang*: Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2007. *Metode Penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 jilid 2 (Ahli Bahasa oleh Benyamin)*, Molan Jakarta: PT Ineks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi ketigabelas, terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta Penerbit Erlangga.
- Nuraeni, Bellinda Sofia. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungi Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*. Semarang.
- Payne, A. 2005. *Manajemen Pemasaranjasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Paliati. 2007. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan*. Sulawesi Selatan.
- Rosvita Dua Lembang. 2010. *Analisis Pengaruh kualitas Produk, harga, promosi dan cuaca terhadap keputusan Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek The Botol Sosro*. Online.

- Robbin, Stephen dan Mary Coulter, 2008. *Manajemen. Edisi Bahasa Indonesia, jilid 1*, Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis. Penerbit CV. Alvabeta*. Bandung.
- Tjiptono. 2005. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar H. Riset Pemasaran dan perilaku konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2000. Hal: 42-9.
- Wijayatiti. 2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*. Semarang.
- Zeithami, A. Valerie and M. J. Bitner. 2009. *Service Marketing*. New Jersey: Me Graw-Hill, inc.