

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA CABIN/BELLTENT THE KALDERA TOBA NOMADIC ESCAPE (TOBA SAMOSIR)

Santi Jesica Sembiring¹, Hedona Ivana Tampubolon², Jumjuma, S.E., M.Si.³

Manajemen Bisnis^{1,2}, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

Administrasi Bisnis³, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

santijesica8@gmail.com¹, tampubolondona72@gmail.com², jumjuma@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Setiap perusahaan dan badan usaha lainnya yang menjual produk dan jasa memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Dengan adanya kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan yang menggunakan suatu produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang menginap pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape* secara parsial dan simultan. Terdapat 100 responden dengan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner dengan metode skala likert. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai $t_{tabel} = 1,660$, t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 2,148, fasilitas sebesar 3,221 dan harga sebesar 3,362. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menandakan bahwa dari keseluruhan variabel mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar $f_{hitung} > f_{tabel}$ $17,864 > 2,31$ dan keseluruhan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,5% dan sisanya 48,5% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) adalah salah satu bagian dari sektor pariwisata yang saat ini sedang mengalami perkembangan sangat pesat. Perkembangan bisnis MICE yang merupakan bagian dari industri pariwisata masa kini dan telah memberikan warna yang beragam terhadap jenis kegiatan pariwisata yang identik dengan pemberian pelayanan. Perkembangan industri pariwisata dunia semakin pesat yang mengakibatkan tingginya tingkat persaingan, untuk itu perlu melakukan kinerja pemasaran yang baik guna memberikan kepuasan kepada konsumen.

The Kaldera Toba Nomadic Escape adalah salah satu bagian dari sektor pariwisata yang sedang berkembang pesat dibawah naungan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *The Kaldera Toba Nomadic Escape* dikelola oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba yang beralamat di Desa Sibisa, Toba Samosir. *The Kaldera Toba Nomadic Escape* merupakan tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun mancanegara dikarenakan memiliki keunikan dalam nilai jual wisatanya seperti memiliki 3 jenis akomodasi penginapan yang unik yaitu *Kaldera Cabin*, *Belltent* dan *Bobobox* Indonesia yang merupakan Investor *The Kaldera*. Pada penelitian ini, peneliti mengambil objek *Kaldera Cabin* dan *Belltent* yang dikelola oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba sebagai objek yang akan diteliti. Harga yang ditawarkan kepada pelanggan yang menginap di *Kaldera Cabin* adalah Rp. 500.000/malam, sedangkan harga yang ditawarkan kepada pelanggan yang menginap di *Belltent* adalah Rp. 800.000/malam.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Kaldera Cabin/Belltent* di *The Kaldera Toba Nomadic Escape*. Populasi dalam

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

penelitian ini adalah para pengunjung Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*. Dalam industri MICE kepuasan pelanggan atau wisatawan adalah salah satu tujuan pokok yang harus dicapai. Maka penulis melakukan penelitian di *The Kaldera Toba Nomadic Escape* menjadi salah satu objek penelitian dari salah satu penyedia penginapan yang baik yaitu Kaldera *Cabin* dan Kaldera *Belltent*.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan *Belltent* dan Kaldera *Cabin* pada bulan November 2021 – Februari 2022

BULAN	MINGGUAN	BELLTENT	CABIN
NOVEMBER 2021	I		
	II		
	III		
	IV	13	7
DESEMBER 2021	I	0	2
	II	4	4
	III	0	4
	IV	2	8
TOTAL		19	25
JANUARI 2022	I	9	5
	II	5	0
	III	4	1
	IV		
Februari 2022	I	2	4
	II	1	2
	III	7	3
	IV	6	1
TOTAL		34	16
TOTAL KESELURUHAN		94	

Sumber: Badan Pelaksana Otorita Danau Toba, Februari 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dijelaskan jumlah pelanggan *Belltent* dan Kaldera *Cabin* mengalami siklus kenaikan, tahun 2021 jumlah pengunjung *Belltent* adalah sebanyak 19 dan Kaldera *Cabin* sebanyak 25. Sedangkan pada tahun 2022 jumlah pelanggan *Belltent* adalah sebanyak 34 dan Kaldera *Cabin* sebanyak 16.

Alasan penulis memilih Kaldera *Cabin/Belltent The kaldera Toba Nomadic Escape* adalah karena penginapan tersebut merupakan salah satu fasilitas yang banyak diminati oleh para pengunjung baik dari dalam maupun luar kota karena memiliki keunikan yang dapat menarik perhatian pengunjung yaitu penginapan *Belltent* dengan tema Glamping (*Glamour Camping*) dan Penginapan Kaldera *Cabin* dengan bentuk *box* yang langsung menghadap pemandangan danau toba. Hal tersebut juga membuat Kaldera *Cabin* dan *Belltent* sangat diminati pengunjung sejak di buka kembali pada akhir bulan November setelah adanya penutupan yang disebabkan Pandemi Covid-19.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan penginapan tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CABIN/BELLTENT THE KALDERA TOBA NOMADIC ESCAPE**”. Pada dasarnya kualitas pelayanan, fasilitas dan harga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap suatu pengelola tempat wisata. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si penyedia jasa kepada pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*?

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Penginapan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*?

Batasan Masalah

Fokus penelitian yang dilakukan agar tidak terlalu meluas, maka penulis memberikan batasan masalah, adapun pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap pada Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*. Fokus yang diamati adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang menginap.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan karya ilmiah atau kajian dari sebuah studi. Berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas maka adapun juga tujuan penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kaldera *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian kualitas pelayanan

Pengertian kualitas layanan atau kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Berikut ini beberapa definisi dari kualitas layanan menurut beberapa ahli :

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Kasinem (2021:333), kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan merupakan seluruh ciri serta sifat suatu produk yang berpengaruh kepada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersifat.

Indikator kualitas pelayanan

Menurut algifari (2019:5) terdapat lima dimensi yang dapat menjadi indikator untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangibles*).
- b. Keandalan (*reliability*).
- c. Daya tanggap (*responsiveness*).
- d. Jaminan (*assurance*).
- e. Empati (*emphaty*).

Pelanggan akan menggunakan kelima indikator kualitas tersebut dalam membentuk penilaiannya terhadap kualitas pelayanan yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap pelayanan. Berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan tersebut, perusahaan harus dapat menciptakan strategi dengan baik agar tidak menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Manfaat kualitas pelayanan

Menurut Tatik dalam Safitri (2021:13) kualitas pelayanan yang bermutu memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Terwujudnya kepuasan pelanggan
Pelanggan yang mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapannya akan merasa puas. Kepuasan juga menjadi peluang besar untuk perusahaan, karena jika pelanggan merasa puas kemungkinan besar pelanggan tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain, hal ini menjadi sarana promosi yang dilakukan oleh pelanggan tanpa perusahaan harus mengeluarkan biaya.
- b. Meningkatkan loyalitas pelanggan
Sebuah loyalitas pelanggan akan timbul apabila pelanggan merasakan kepuasan dari waktu ke waktu. Pengalaman yang menyenangkan yang dirasakan pelanggan akan membentuk loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut, hal ini menjadi sarana promosi bagi perusahaan secara tidak langsung.
- c. Terciptanya kepercayaan
Pelanggan yang puas akan mempercayakan kebutuhannya kepada perusahaan.
- d. Meningkatkan reputasi perusahaan
Sebuah perusahaan yang dapat memberikan pelayanan dengan baik, mendapatkan penilaian positif oleh pelanggannya. Hal ini berkaitan dengan reputasi atau citra perusahaan kepada orang lain karena pelanggan yang merasa puas kemungkinan besar akan menceritakan pengalamannya kepada banyak orang.

Fasilitas**Pengertian fasilitas**

Menurut Kotler dalam Safitri (2021:15) pengertian fasilitas adalah semua hal secara sadar yang disiapkan oleh perusahaan dengan tujuan agar digunakan pelanggan untuk memberi rasa kepuasan oleh konsumen yang tinggi.

Menurut Kotler dan Keller dalam Maydiana (2019:446) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Berdasarkan pengertian para ahli di atas peneliti menarik kesimpulan atas pengertian fasilitas yaitu segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan guna memberikan kemudahan bagi para pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan yang tinggi serta menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan dari segala bentuk layanan yang diberikan.

Manfaat fasilitas

Menurut Purnomo dalam Safitri (2021:15) manfaat fasilitas adalah:

- a. Mengurangi investasi peralatan kembali
- b. Pemanfaatan ruang yang lebih efektif
- c. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para karyawan dan konsumen
- d. Meningkatkan efektivitas
- e. Memaksimalkan pelayanan

Indikator fasilitas

Menurut Nadianingrum & Asron dalam Safitri (2021:16) indikator fasilitas adalah:

- a. Pemikiran/perencanaan spasial, meliputi segala sesuatu yang memiliki hubungan dengan kualitas dan corak untuk digabungkan dan dibuat secara benar untuk merangsang reaksi pengetahuan maupun reaksi emosional oleh pelanggan dan orang yang mengamatinya.
- b. Perencanaan tempat, dalam hal ini meliputi perancangan/perencanaan mengenai interiordan desain.
- c. Perlengkapan/perabotan, mempunyai fungsi untuk sarana yang memberikan kesenangan, serta sebagai hiasan dan sebagai prasarana lain bagi pemanfaatan barang.
- d. Tata cahaya dan corak, meliputi pemberian warna pada pembangunan.
- e. Pesan yang disampaikan ilustratif, bagian yang penting dan memiliki kaitan pada poin ini adalah tampilan bentuk, penempatan, penyeleksi format fisik, dalam hal memilih warna, tata cahaya, dan penampilan simbol atau tanda yang digunakan.

f. Elemen pendukung, meliputi tambahan fasilitas selain fasilitas utama.

Harga

Pengertian Harga

Menurut Herdiana dalam buku manajemen strategi pemasaran (2015:109) harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga dapat diartikan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Dara dan Purnaningsih (2018:26) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Harga mempunyai pengaruh langsung dalam keuntungan sebuah perusahaan. Harga juga mempunyai peran utama dalam menciptakan hubungan baik dengan kepuasan pelanggan. Dimana jika harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dari produk atau jasa yang didapatkan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Tujuan penetapan harga

Menurut Harini dalam Dara dan Purnaningsih (2018:26) tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

- a. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi.
- b. Penetapan harga untuk kestabilan harga.
- c. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar.
- d. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan.
- e. Penetapan harga untuk memaksimir laba.

Indikator harga

Menurut Rangkuti dalam Nasution (2014:139) mengemukakan indikator harga adalah:

- a. Penilaian mengenai harga secara keseluruhan.
- b. Respons terhadap kenaikan harga.
- c. Harga produk tertentu dibandingkan produk yang sama apabila ditempat lain.

Kepuasan pelanggan

Pengertian kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2004:147) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Anwar dan Surarchith dalam Ali (2021:19) menyatakan *if a client is dissatisfied, he will not come back and will not purchase your service for the second time*. Mengartikan bahwa jika pelanggan tidak merasa puas akan suatu produk atau jasa, pelanggan tidak akan melakukan pembelian untuk kedua kali, maka kepuasan pelanggan juga mempengaruhi tingkat kunjungan kembali untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan di mana terpenuhinya harapan atau ekspektasi pelanggan akan kinerja/hasil sebuah penyedia produk atau jasa. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian kembali dan memberikan penilaian yang baik tentang perusahaan tersebut.

Manfaat kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan bagi pelanggan itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2017:106) antara lain:

- a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.

- b. Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik.
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Indikator kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung kesuksesan sebuah perusahaan. Pemenuhan kepuasan pelanggan harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk menilai ukuran tingkat kepuasan pelanggan terdapat 4 indikator yang digunakan menurut Hawkins dan Lonney dalam Kasinem (2021:331) yaitu:

- a. Kesesuaian Harapan.
- b. Minat Berkunjung Kembali.
- c. Kesiediaan Merekomendasikan.

METODE PENELITIAN

Tahapan-Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan dengan observasi langsung dan wawancara demi mendapatkan data primer, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1. Melakukan observasi langsung pada Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape Toba Samosir.
2. Melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung yang menginap pada Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape Toba Samosir.
3. Studi pustaka dengan mengumpulkan data dan informasi dari pustaka, internet, buku, jurnal serta penelitian sebelumnya berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.
4. Mentabulasi data.
5. Mengolah data.
6. Merumuskan hasil penelitian.

Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada tempat wisata *The Kaldera Toba Nomadic Escape* yang beralamat di Desa Pardamean Sibisa, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara. Dengan objek penelitian adalah penginapan *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

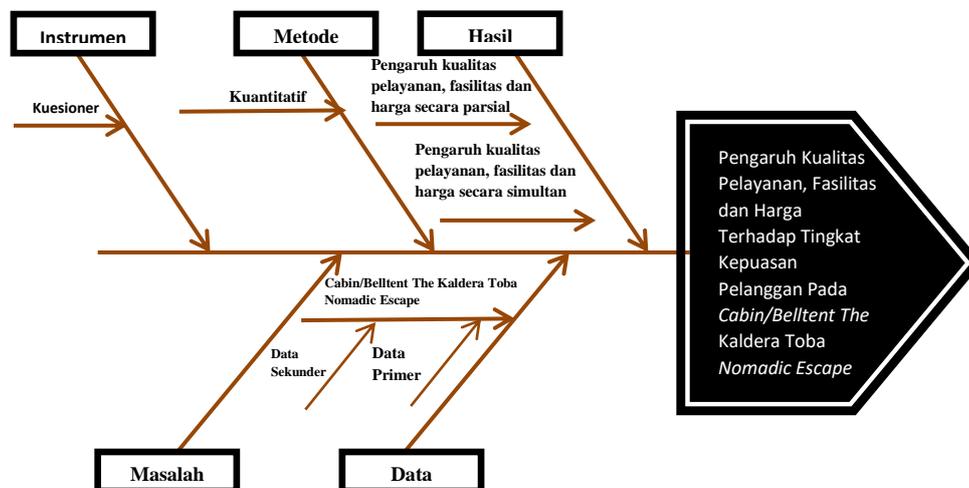
Parameter Pengukuran dan Pengamatan

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun hasil penelitian, variabel tersebut terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Model Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian tindakan dan pengembangan dengan menggunakan model kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap variabel kepuasan pengunjung.

Rancangan Penelitian



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Untuk penelitian yang menggunakan metode kuantitatif perlu dijelaskan pendekatan yang digunakan, proses pengumpulan dan analisis informasi, serta penafsiran dan penarikan kesimpulan penelitian.

Teknik pengumpulan data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat di capai dengan menggunakan prosedur” staitistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data diperoleh melalui kuisisioner yang diberikan kepada para responden yaitu pengunjung yang menginap di Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape.

Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengadakan prediksi nilai dari variabel bebas yang terdiri dari (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Fasilitas, dan (X3) Harga sehingga dapat diketahui pengaruh positif dan negatif hal-hal tersebut terhadap kepuasan pelanggan *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Tabel dibawah ini merupakan hasil nilai regresi linear berganda.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	10,976	3,278		3,348	,001
	Total_X1	,288	,157	,189	1,835	,070
	Total_X2	,481	,125	,389	3,855	,000

Total_X3	,016	,031	,048	,514	,609
----------	------	------	------	------	------

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20, 2022

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,288 dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Yang berarti bahwa melalui kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel fasilitas sebesar 0,481 dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Yang berarti bahwa melalui fasilitas dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 0,016 dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Yang berarti bahwa melalui harga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari hipotesis (dugaan sementara) pada penelitian. Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji signifikansi penagruh parsial (uji t), uji signifikansi simultan (uji f), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X1, X2 dan X3) secara parsial mempengaruhi variabel terikat (Y). Tabel di bawah ini merupakan hasil uji t.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	4,812	3,551		1,355	,179
	Total_X1	,266	,124	,178	2,148	,034
	Total_X2	,380	,118	,307	3,221	,002
	Total_X3	,462	,137	,318	3,362	,001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20, 2022

Uji parisal dilihat dari t hitung yang dibandingkan dengan t tabel. Untuk menentukan t tabel, terlebih dahulu dihitung nilai derajat bebas (*degree of freedom*) dengan rumus:

$$\begin{aligned} Df &= n - k \\ &= 100 - 4 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Dimana:

Df = *degree of freedom*

n = jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 100

k = jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu 4

Nilai derajat bebas dapat dihitung sebesar $df = 100 - 4 = 96$. Pada $\alpha = 0,05$ t tabel adalah 1,660. Berdasarkan data diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh nilai signifikan (0,034) < 0,05 dan nilai t hitung (2,148) > nilai t tabel (1,660). Dengan demikian keputusan dari hipotesis adalah Ho1 ditolak dan Ha1 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
2. Hasil pengujian variabel Fasilitas (X2) diperoleh nilai signifikan (0,002) < 0,05 dan nilai t hitung (3,221) > nilai t tabel (1,660). Dengan demikian keputusan dari hipotesis adalah Ho2

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

- ditolak dan Ha2 diterima yang berarti bahwa Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
3. Hasil pengujian variabel Harga (X3) diperoleh nilai signifikan ($0,001 < 0,05$) dan nilai t hitung ($3,362 > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,660)$). Dengan demikian keputusan dari hipotesis adalah Ho3 ditolak dan Ha3 diterima yang berarti bahwa Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

Uji signifikansi simultan (Uji-f)

Uji F digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah hasil pengujian masing-masing variabel secara simultan:

Tabel 4. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	321,981	3	107,327	17,864	,000 ^b
	Residual	576,769	96	6,008		
	Total	898,750	99			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel 4 nilai F hitung sebesar $17,864 > 2,31$ F tabel dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas $\alpha = 0,005$ didapat F tabel dengan tingkat signifikannya $0,000 < 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan, fasilitas dan harga) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R²) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,728 ^a	,529	,515	2,002	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 20, 2022

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur menggunakan *adjusted R² square* adalah sebesar 0,515. Hal ini berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 51,5%. Sedangkan sisanya sebesar 48,5% (100%-51,5%) dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model seperti citra wisata, keputusan berkunjung kembali, dll.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape* Toba Samosir.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh dari t hitung 2,148 dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 ($0,034 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,288; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*".

2. Pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape* diperoleh nilai t hitung 3,221 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,481; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Fasilitas berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

3. Pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape* diperoleh nilai t hitung 3,362 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,016; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

Dari hasil uji F hitung sebesar 17,864 dengan signifikansi 0,000. Oleh karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan “ kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
4. Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
5. Besarnya faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape* adalah 51,5% dan 48,5% merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2019). *Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Yogyakarta: BPFE.
- Ali, Bayad Jamal., dkk. (2021). *Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. International journal of engineering, bussiness and management*, vol 5. Iraq.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

- Dara, Nursimah., & Purnaningsih, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang*. Jurnal Manajemen, Vol 2. Tangerang: Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Herdiana, Nana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka setia.
- Kasinem. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Selero Lahati*. Jurnal Ekonomi, Vol 4. Lahat: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sereho Lahat.
- Nasution, R.F.M., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, STIE Nusa Bangsa.
- Safitri, Tia. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Batam City Hotel*. Skripsi. Batam: Universitas Putera Batam.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Konsep, Pengukuran & Strategi)*. Yogyakarta: Andi.