

## **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perjalanan Umrah pada PT. Dago Wisata Internasional)**

<sup>1</sup>Bobby Aditia Rahman, <sup>2</sup>Yuni Rosdiana, <sup>3</sup>Epi Fitriah

<sup>1,2</sup>*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari  
No.1 Bandung 40116*

e-mail: <sup>1</sup>arqamtour@yahoo.co.id, <sup>2</sup>yuni\_sjafar@yahoo.com

**Abstract.** Currently competition Umrah travel services increasingly stringent, so that the necessary strategy in setting the price and quality of service. Therefore the role of pricing and quality of service is required to create customer satisfaction. The method used is descriptive method and approach verification survey that research results obtained through the questionnaire is then processed and analyzed using multiple regression analysis models. The population in this study is the Umrah pilgrims whose the services of PT. Dago International Tourism, the number of respondents were 71 worshippers. The results showed the influence of price on Customer Satisfaction of 0.397 which means that the increase in the fairness of the price of one unit will increase customer satisfaction by 0.397 units. Then the influence of Service Quality on Customer Satisfaction of 0.627 which means that an increase of one unit of service quality will increase customer satisfaction by 0.627 units. Furthermore, also the influence of price and quality of services together for Customer Satisfaction of 0.679 which means together the price and quality of services by 67.9% impact on customer satisfaction. Thus the higher the quality of services provided and the more competitive price set then increasing customer satisfaction.

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

**Abstrak.** Saat ini persaingan usaha jasa travel ibadah umrah semakin ketat, sehingga diperlukan strategi dalam menetapkan harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu peranan penetapan harga dan kualitas pelayanan sangat diperlukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survey yaitu hasil penelitian yang didapat melalui kuesioner kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan model Analisis Regresi Berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah umrah yang memakai jasa PT. Dago Wisata Internasional, dengan jumlah responden sebanyak 71 jamaah. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,397 yang maksudnya bahwa peningkatan kewajaran harga sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397 satuan. Kemudian adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,627 yang maksudnya bahwa peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,627 satuan. Selanjutnya juga adanya pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,679 yang maksudnya secara bersama-sama harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 67,9 % terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif harga yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

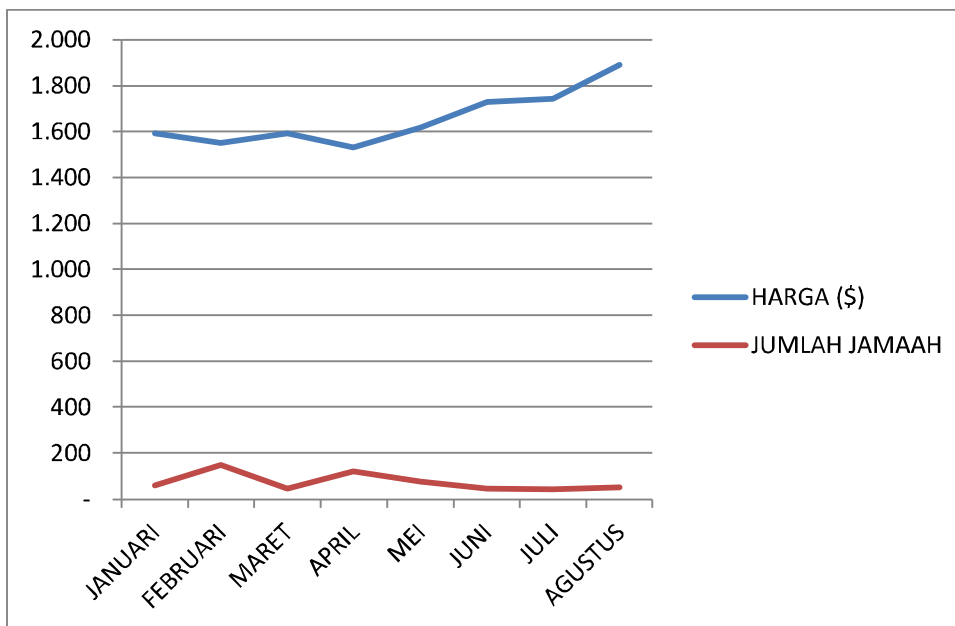
**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

### **A. Pendahuluan**

#### **1) Latar Belakang Penelitian**

Tingginya permintaan masyarakat akan pengguna jasa penerbangan akhir-akhir ini menandaikan banyaknya muncul perusahaan yang menawarkan jasa penerbangan yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus berusaha untuk dapat mengembangkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuannya sehingga dapat menghadapi persaingan dan juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang

semakin tinggi terhadap pemenuhan kebutuhan jasa transportasi penerbangan. Berikut ini data penjualan paket reguler umrah PT. Dago Wisata Internasional Tahun 2013 :



**Gambar :Data Penjualan Paket Reguler Umrah PT. Dago Wisata Internasional**

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa rata-rata jumlah jamaah yang berangkat dari bulan Januari 2013 sampai dengan bulan Agustus 2013 cenderung menurun dimana jumlah jamaah rata-rata bulan Januari sebanyak 59 jamaah turun menjadi 51 jamaah pada bulan Agustus 2013. Demikian juga yang terjadi pada bulan Mei 2013 rata-rata sebanyak 76 jamaah turun menjadi 45 jamaah pada bulan Juni 2013 dan turun lagi pada bulan Juli 2013 jumlah jamaahnya menjadi 44 jamaah. Kecenderungan jumlah jamaah tersebut menurun diduga disebabkan karena harganya meningkat dan kualitas pelayanannya menurun. Fenomena di atas sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Prasetio (2012) menyebutkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif harga jasa yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran pelaksanaan ibadah umrah, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh PT. Dago Wisata Internasional adalah dengan menerapkan strategi harga yang kompetitif, wajar dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Hal tersebut diataslah yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian ini.

## 2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang uraian diatas maka rumusan masalah dalam pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut.

- 1) Adakah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional ?
- 2) Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional ?

- 3) Adakah pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional ?

### 3. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan dalam pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional.

## B. KajianPustaka

### 1) Indikator Harga

Menurut Kaplan dan Norton (2000:71) untuk mengukur proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan untuk mengembangkan indeks kepuasan pelanggan khususnya pada atribut produk harga, mengidentifikasi 16 atribut yang diantaranya untuk indikator harga ada 3 atribut, yaitu: 1. Waktu terpakai, 2. Nilai Uang, 3. Keinovatifan yang mengurangi biaya.

Berikut ini penjelasan tentang ke 3 indikator harga :

1. Waktu terpakai  
Waktu yang diperlukan dari ketika permintaan baru diidentifikasi sampai saat produk atau jasa baru dikirimkan kepada pelanggan.
2. Nilai uang  
Nilai uang adalah senilai harga yang dibayar untuk produk atau jasa yang diterima.
3. Keinovatifan yang mengurangi biaya  
Inovasi merupakan proses internal yang sangat penting bagi perusahaan dengan melakukan penelitian dan pengembangan (litbang) dari sebuah proses produk dan jasa. Tujuan aktivitas litbang bukanlah semata-mata menghasilkan alat-alat yang secara teknis canggih dan inovatif, tetapi alat-alat yang mempunyai potensi pasar yang akan memberi pengembalian yang lebih besar dari biaya pengembangannya.

### 2) Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mempermudah Penilaian dan pengukuran Kualitas Pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (Service Quality). Alat ini merupakan skala multi-item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi 5 dimensi, menurut Parasuraman dalam Rambat Lopiyoadi, dkk. (2006:182) yaitu: 1. Bukti langsung (Tangible), 2. Keandalan (Reliability), 3. Daya tanggap (Security), 4. Jaminan (Assurance), 5. Empati (Empathy).

Berikut penjelasan tentang ke 5 indikator dimensi pelayanan :

#### 1. Bukti langsung (Tangible)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang

diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, lokasi kantor, teknologi, penampilan pegawai.

## 2. Keandalan (Reliability)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti: ketepatan waktu dan akurasi yang tinggi, kesesuaian prosedur, sikap yang simpatik.

## 3. Daya tanggap (Responsiveness)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsiveness) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Tanpa membiarkan pelanggan menunggu dan mendapat persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

## 4. Jaminan (Assurance)

Kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain:

a. Komunikasi (Communication) yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada

pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat

dengan mudah mengerti di samping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.

b. Kredibilitas (Credibility) yaitu perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan

kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

c. Keamanan (Security) yaitu adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan

pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan

kepercayaan yang maksimal.

d. Kompetensi (Competence) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam

memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.

e. Sopan Santun (Courtesy) yaitu dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh

perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

## 5. Empati (Empathy)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi-dimensi kualitas jasa yang disebutkan di atas harus diramu dengan baik, apabila tidak hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka mengenai wujud pelayanan.

### 3) Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan sudah menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan dan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan menurut Menurut Kaplan dan Norton (2000:73) dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu: 1. Atribut Produk / Jasa, meliputi : a. Fasilitas yang aman, b. Bersih, c. Produk bermutu, 2. Citra, meliputi : Merek yang terpercaya, 3. Pengalaman Membeli, meliputi : a. Pelayanan yang cepat, b. Pekerjaan yang ramah, c. Penuh perhatian.

## C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survey. Menurut Nazir (2009:54), metode deskriptif analisis adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem, maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner yang diisi oleh para responden dengan memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dengan menggunakan skala Likert. Setiap jawaban responden dinilai dengan cara sebagai berikut:

1. Mengambil pasangan data yang akan diteliti sehingga banyaknya sampel sebesar  $n$ , maka didapat  $(X1.1, X2.1, Y1), (X1.2, X2.2, Y2), \dots, (X1.n, X2.n, Yn)$ , dimana :  
 $X1 = \text{Harga}$ ,  $X2 = \text{Kualitas Pelayanan}$  dan  $Y = \text{Kepuasan pelanggan}$
2. Memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dengan skor 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk jawaban yang bersifat mendukung dan skor 1-2-3-4-5 untuk jawaban yang bersifat menghambat.
3. Tes statistik yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan secara kualitatif adalah analisis regresi, yaitu dengan menghubungkan harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Dengan ukuran populasi melalui pendekatan rata-rata pengguna jasa perjalanan umrah pada PT. Dago Wisata Internasional sebanyak 235 orang tiap bulan, maka jumlah sampel yang akan dijadikan unit analisis dihitung menggunakan rumus Slovin (Suliyanto, 2006:100) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

$N = \text{Jumlah populasi}$

$e = \text{Batas kesalahan yang ditoleransi dalam penarikan sampel}$

$n = \text{Jumlah sampel}$

Melalui rumus di atas dapat dihitung jumlah sampel minimum sebagai berikut:

$$n = \frac{235}{1 + \left[ 235 \times (0,1)^2 \right]} = 71$$

Jadi pada penelitian ini penulis mengambil jumlah sampel (n) sebanyak 71 orang yang sudah pernah menggunakan jasa perjalanan umrah PT. Dago Wisata Internasional sebagai responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling (atau accidental sampling), yaitu pengumpulan data yang hanya mengikutsertakan elemen populasi yang mudah didapat atau diakses, sehingga memungkinkan memperoleh informasi secara cepat dan efisien.

#### D. Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari penyebaran angket kepada responden sebagai sumber data utama, dengan cara perolehan data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka untuk melengkapi data utama. Angket terdiri dari 51 butir pernyataan dengan perincian 9 butir pernyataan mengenai harga, 32 butir pernyataan mengenai kualitas pelayanan dan 10 butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda sebagai alat bantu dalam pengambilan kesimpulan.

##### 1. Persamaan Regresi

Pada bagian ini akan diestimasi koefisien regresi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam analisis regresi berdasarkan data hasil konversi skor hasil tanggapan responden. Model regresi digunakan untuk memprediksi dan menguji perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan yang dapat diterangkan atau dijelaskan oleh perubahan kedua variabel independen (harga dan kualitas pelayanan). Melalui hasil pengolahan data maka didapat model prediksi variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap total kepuasan pelanggan, sehingga mendapatkan persamaan sebagai berikut :

$\hat{Y} = 0,009 + 0,397 X_1 + 0,627 X_2$ , dimana : Y = Kepuasan Pelanggan,  $X_1$  = Harga dan  $X_2$  = Kualitas Pelayanan. Pada persamaan tersebut dapat dilihat koefisien harga bertanda menunjukkan bahwa semakin wajar harga yang ditetapkan diduga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian juga koefisien kualitas pelayanan bertanda menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan diduga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Koefisien harga sebesar 0,397 menunjukkan bahwa peningkatan kewajaran harga sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397 satuan. Kemudian koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,627 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,627 satuan. Sedangkan nilai konstanta sebesar 0,009 menunjukkan nilai rata-rata kepuasan pelanggan ketika harga dan kualitas pelayanan bernilai nol.

##### 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini didapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimana menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) secara simultan dengan kepuasan pelanggan. Jadi pada permasalahan yang

sedang diteliti diketahui bahwa secara simultan kedua variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) memilikipengaruh yang kuat dengan kepuasan pelangganPT.Dago Wisata Internasional.

Kemudian nilai R-Square sebesar 0,679 atau 67,9 persen, menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan mampu menerangkan perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan sebesar 67,9 persen. Artinya secara bersama-samaharga dan kualitas layanan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 67,9% terhadap kepuasan pelanggan padaPT.Dago Wisata Internasional. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diamati adalah sebesar 32,1%.

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional dihitung melalui Analisis Regresi Berganda. Hasil analisis, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan yang diperoleh bernilai sebesar 0,397 yang menunjukkan bahwa peningkatan kewajaran harga sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,397 satuan.Hasil pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional. Kesimpulan ini ditunjukkan oleh hasil perbandingan t hitung dengan t tabel, dimana nilai t hitung sebesar = 3,928 lebih besar dari nilai t tabel sebesar = 1,995. Sehingga diperoleh kesimpulan uji Ho ditolak dan Ha diterima.Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2012) menyebutkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga menunjukkan semakin kompetitif harga jasa yang ditetapkan semakin meningkat pula tingkat kepuasan pelanggan.

### 2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional dihitung melalui Analisis Regresi Berganda. Hasil analisis, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan yang diperoleh bernilai sebesar 0,627 yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,627 satuan. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago Wisata Internasional. Kesimpulan ini ditunjukkan oleh hasil perbandingan t hitung dengan t tabel, dimana nilai t hitung sebesar = 4,784 lebih besar dari nilai t tabel sebesar = 1,995. Sehingga diperoleh kesimpulan uji Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2012) dan Istianto *et al* (2011). Prasetio (2012) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin meningkat pula tingkat kepuasan pelanggan.Adapun Istianto *et al* (2011) menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan sangat signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan Koefisien Determinasi di mana hubungan Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan Kepuasan Pelanggan. Sehingga secara simultan Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dago

Wisata Internasional memberikan pengaruh yaitu sebesar 67,9 %. Artinya, secara bersama-sama Harga dan Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 67,9 % terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Wisata Dago Internasional. Sedangkan sisanya adalah faktor-faktor lain yang tidak diamati atau diteliti di luar kedua variabel independen yang diteliti yaitu sebesar 31,1 %. Kesimpulan ini ditunjukkan oleh hasil perbandingan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dimana  $F_{hitung}$  sebesar 72,004 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,132. Sehingga diperoleh kesimpulan uji  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2012) dalam penelitiannya. Menurut Prasetio (2012) menyebutkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin kompetitif harga jasa yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

## **F. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka pada bagian akhir penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Harga menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin wajar dan kompetitif harga yang ditetapkan, maka jamaah cenderung akan semakin puas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bagi jamaah umrah PT. Dago Wisata Internasional.
2. Kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan maka jamaah cenderung akan semakin puas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bagi jamaah umrah PT. Dago Wisata Internasional.
3. Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin wajar dan kompetitif harga yang ditetapkan serta semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan jamaah maka jamaah cenderung akan semakin puas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bagi jamaah umrah PT. Dago Wisata Internasional.

### **2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian secara umum dapat diketahui bahwa PT. Dago Wisata Internasional telah memberikan pelayanan yang baik kepada jamaah umrah, namun untuk meningkatkan lagi kepuasan kepada pelanggan maka berikut ini penulis mempunyai beberapa saran untuk disampaikan kepada pihak PT. Dago Wisata Internasional, sebagai berikut.

1. Kepada jamaah yang lanjut usia perlu diberikan waktu keleluasan dan perhatian yang cukup dalam mengerjakan ibadah, mengingat gerakan dalam mengerjakan setiap rangkaian ibadah umrah kondisinya sudah agak terbatas dan lambat.
2. Masih ada beberapa jamaah yang merasakan belum sebanding dengan manfaat nilai uang yang dikeluarkannya, oleh sebab itu PT. Dago Wisata Internasional sebaiknya menambah program agenda perjalanan umrah seperti mengunjungi tempat bersejarah lainnya.



3. PT. Dago Wisata International perlu menyediakan lahan parkir yang memadai, mengingat sulitnya calon jamaah untuk menempatkan kendaraannya pada saat parkir ketika mengurus rencana keberangkatan umrah.
4. Meskipun kualitas pelayanan yang diberikan pada saat ini sudah bagus, akan tetapi perlu ada peningkatan ke depannya, supaya para jamaah tetap merasa puas sehingga kemungkinan untuk berangkat umrah berikutnya tetap menggunakan PT. Dago Wisata Internasional.

### Daftar Pustaka

- Ari Prasetio. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen, Vol. 1, No. 4.
- Kaplan, Robert S. dan David P. Norton. 2000. *Balanced Scorecard : Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Moh. Nazir. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suliyanto, SE, M.Si. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Istianto, John Hendra, dan Maria Josephine Tyra. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, volume 1, nomor 3, STIE Musi Palembang.
- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa untuk Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patrio.