

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN HALMAHERA RAYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA SEMARANG

Muhammad Safiqurohman

ABSTRAK

Di Kota Semarang terdapat banyak jasa biro perjalanan, salah satunya adalah Halmahera Tour And Travel yang bertempat di Jalan Lamper Tengah VIII B Gayamsari Semarang. Dalam kurun waktu satu bulan Halmahera rata-rata melayani pemberangkatan perjalanan wisata sebanyak Lima sampai Delapan kali pemberangkatan. Namun di sisi lain, banyak kompetitor yang juga melayani perjalanan wisata, Biro Halmahera juga sempat mengalami komplain dari klien mengenai kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap konsumen Halmahera. Dengan menggunakan kerangka berfikir positivisme dan menggunakan metode penelitian Eksplanatori serta menggunakan teori kepuasan konsumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang siswa dan siswi SMA di kota Semarang. Menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil pengujian SPSS menyatakan: Uji Validitas kuesioner dalam penelitian ini, 100 item pertanyaan memiliki $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$, dapat dikatakan kuesioner dinyatakan valid. Uji Reliabilitas keempat variabel menghasilkan nilai $\text{Alpha} > r_{\text{Tabel}}$, maka dinyatakan reliabel. Uji Normalitas penelitian ini menghasilkan nilai $\text{Sig} > 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Koefisien determinan penelitian ini sebesar 0,609 jadi tingkat hubungan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berada pada tingkat Sedang. Hasil temuan dalam penelitian ini yaitu ketiga hipotesis H1, H2 dan H3. Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. terbukti dari hasil t_{Hitung} sebesar 3,193 dengan nilai signifikansi 0,020. ($0,020 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Terdapat pengaruh negatif Harga terhadap kepuasan konsumen. Terbukti dari hasil t_{Hitung} sebesar -1,955 dengan nilai signifikansi 0,053. ($0,053 > 0,05$) maka hipotesis ditolak. Terdapat pengaruh positif kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Terbukti dari hasil t_{Hitung} sebesar 5,860 dengan nilai signifikansi 0,000. ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Keterbatasan penelitian ini adalah 1) instrumen penelitian menghasilkan data dengan kerataan sedang. 2) Keterbatasan dengan penggunaan kuesioner sering mendapati responden dengan jawaban yang tidak reliabel atau dipilih jalan tengahnya saja. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel loyalitas konsumen dan keputusan pembelian karena dapat saling mempengaruhi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Biro Perjalanan, Halmahera.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY
OF HALMAHERA RAYA TRAVEL AGENCY ON CONSUMER
SATISFACTION IN THE CITY OF SEMARANG**

Muhammad Safiqurohman

ABSTRACT

In Semarang City there are many travel agency services, one of which is Halmahera Tour And Travel which is located at Jalan Lamper Tengah VIII B Gayamsari Semarang. Within a month Halmahera served on average as many as five to eight tour departures. But on the other hand, many competitors also serve tour trips, the Halmahera Tour also experienced complaints from clients about unsatisfactory service quality. Therefore the purpose of this study is to determine the effect of product quality, price and service quality on Halmahera consumers. By using the framework of thinking positivism and using explanatory research methods and using the theory of customer satisfaction. Respondents in this research amounted to 100 high school students in the city of Semarang. Using purposive sampling technique.

SPSS test results state: The Validity Test of the questionnaire in this study, 100 questions have $r_{\text{Count}} > r_{\text{Table}}$, it can be said the questionnaire is declared valid. Reliability test of the four variables produces the value $\text{Alpha} > r_{\text{Table}}$, then declared reliable. Normality test of this study produced a $\text{Sig} > 0.05$ then the data was declared normal distribution. The determinant coefficient of this research is 0.609 so the level of relationship between variables of product quality, price and service quality to customer satisfaction is at the moderate level. The result of this research are the three hypotheses H1, H2 and H3, there is a positive influence on product quality on customer satisfaction. Evident from the results of t_{count} of 3.193 with a significance value of 0.020. ($0.020 < 0.05$), the hypothesis is accepted. There is a negative effect of price on customer satisfaction. Evident from the results of t_{count} of -1.955 with a significance value of 0.053. ($0.053 > 0.05$) then the hypothesis is rejected. There is a positive influence on the quality of service to customer satisfaction. Evident from the results of t_{count} of 5.860 with a significance value of 0,000. ($0,000 < 0.05$), the hypothesis is accepted. Limitations of this study are 1) research instruments produce data with moderate level. 2) Limitations with the use of questionnaires often find respondents with answers that are not reliable or only choose the middle way. For further research, it is better to add consumer loyalty and purchasing decision variables because they can influence each other.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Satisfaction, Tour and Travel, Halmahera.