

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BIRO
PERJALANAN WISATA “HOBI WISATA TOUR & TRAVEL” JEMBER**

Dino Angga
Alumni Prodi Manajemen FE Unmuh Jember

Budi Santoso
Staf Pengajar Prodi FE Unmuh Jember

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara simultan & parsial variabel harga, pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember, penelitian ini menggunakan sampel 60 responden. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas menggunakan korelasi product moment pearson dan uji reliabilitas menggunakan alpha concbach sebagai alat uji instrumen data. Serta menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis, analisa data menggunakan regresi linier berganda. Data diolah menggunakan program SPSS.17.0 for windows. Hasil daripada penelitian ini adalah (1) diketahui bahwa nilai F_{hitung} dalam penelitian ini adalah sebesar 38,904 dengan nilai signifikasi sebesar 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} untuk $F_{(4;55;5\%)}$ adalah sebesar 2,5397. Sehingga dapat dibandingkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , dan nilai signifikasi kurang dari 0,05, maka variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Hasil uji t, hanya variabel pelayanan yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Kata kunci : Harga, Pelayanan, Fasilitas, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of simultaneous and partially variable rates, services, facilities and promotion of the consumer's decision to use the services of travel agents Hobi Travel Tour & Travel Jember. The population in this study is a population in this study is that consumers who use the services Hobbies Travel Tour n Travel Jember, this study used a sample of 60 respondents. Test equipment used in this study is to test the validity of using the Pearson product moment correlation and reliability testing using alpha concbach as a test instrument data. As well as using the classical assumption and hypothesis testing, analysis of data using multiple linear regression. The data were processed using SPSS.17.0 program for windows. The results of this research are (1) it is known that the value of $F_{calculated}$ in this study is equal to 38.904 with a significance value of 0.000 while the value of F_{table} for $F_{(4; 55; 5\%)}$ is equal to 2.5397. So it can be compared to that $calculated$ F value is greater than the F_{table} , and a significance value of less than 0.05, then the variable price, service, facilities simultaneously influence the consumer's decision travel bureau Hobi Travel Tour

& Travel Jember. The results of the t test, only service variable that has significant influence on consumer decisions travel bureau Hobi Travel Tour & Travel Jember.

Keywords: *price, service, facilities, Consumer Decision*

PENDAHULUAN

Sektor jasa mengambil peran penting dalam perekonomian Indonesia, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen serta tuntutan untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Melihat kenyataan dunia usaha sekarang ini telah banyak yang bergerak di bidang pelayanan jasa, khususnya dalam bidang biro perjalanan wisata. Hal ini ditandai dengan maraknya perusahaan-perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar yang menawarkan jasa yang sama di beberapa lokasi yang saling berdekatan satu sama lain yang memicu terjadinya perang tarif.

Perkembangan biro perjalanan wisata yang semakin pesat mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Oleh karena itu perusahaan biro perjalanan wisata harus meningkatkan kualitas pelayanan jasa terhadap konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberi dampak positif terhadap perusahaan. Dengan demikian, perusahaan tidak perlu khawatir terhadap adanya perang tarif, karena pada akhirnya yang mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya dan menciptakan kepuasan pada konsumennya sehingga dapat bertahan untuk jangka panjang. Dalam skripsi ini dikhususkan untuk membahas mengenai biro perjalanan wisata yaitu Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Hobi Wisata Tour & Travel Jember merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang memiliki kantor di Jember. Sebagai perusahaan yang baru memasuki dunia usaha di Kota Jember, diharapkan mampu menjadi pusat agen perjalanan dan sebagai pusat informasi pariwisata. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan landasan utama untuk diharapkan mampu memenangkan persaingan atau paling tidak tumbuh dan berkembang pada era persaingan dunia usaha yang semakin kritis. Dalam melakukan keputusan pembelian, pihak perusahaan biro perjalanan wisata dapat menerapkan strategi yang digunakan dengan mengutamakan harga, pelayanan dan fasilitas.

Dalam upaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, pihak biro perjalanan wisata harus dapat menanamkan kepercayaan kepada konsumen. Jika pelanggan merasa puas atas harga, pelayanan dan fasilitas dimana kepentingan dan harapannya terpenuhi, maka akan didapatkan konsumen yang loyal sehingga dapat menambah kepercayaan masyarakat sebagai tempat penyelenggara layanan wisata. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal, baik mengenai harga/tarif yang sesuai, pelayanan yang baik terhadap konsumen, fasilitas yang disediakan misalnya: armada pariwisata yang layak (AC, karaoke, toilet, smoking area, dll); hotel yang memadai (AC, kelas bintang, dll); menu makanan; dll. Jika ini dapat disediakan dengan baik maka konsumen akan merasa senang, terhibur dan puas dalam perjalanan wisatanya. Kemungkinan besar konsumen akan menjadi loyal dan enggan untuk menggunakan jasa biro perjalanan lain. Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah : 1). Apakah variabel harga, pelayanan dan fasilitas

berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember ?, 2) Apakah variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember ?

Agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka penulis membatasi permasalahan ini pada variabel harga, pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Tujuan Penelitian ada dua yaitu : 1) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel harga, pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember. 2). Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel harga, pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

LANDASAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, dimana nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen dalam mengkombinasikan dengan data pasar. Informasi-informasi dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan pengolahan bagi

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu-individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari pengertian perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semua ini melibatkan individu dalam menilai mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa ekonomis.

Pengertian dan Ciri-ciri Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan dan bermanfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin dan mungkin juga dikaitkan dengan suatu produk fisik (Kotler, 2007).

Adapun ciri-ciri jasa adalah :

1. Tidak berwujud

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli mencari tanda dari mutu. Mereka

menyimpulkan mengenai mutu dari tempat, orang, harga, peralatan dan materi komunikasi yang dilihat.

2. Tidak dapat dipisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, entah penyedia itu manusia atau mesin interaksi. Bila karyawan jasa menyediakan jasa karyawan maka karyawan adalah bagian dari jasa tersebut.

3. Keanekaragaman

Berarti bahwa mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat dan bagaimana disediakan.

4. Tidak tahan lama

Artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Identifikasi merupakan definisi yang dilakukan atas sifat atau hal yang didefinisikan yang dapat diamati atau diobservasi. Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel independent (X) yang memberikan pengaruh pada variabel lain yaitu :

X_1 = Harga

X_2 = Pelayanan

X_3 = Fasilitas

2. Variabel terikat atau variabel dependent (Y) merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu :

Keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata.

Definisi Operasional Variabel

Variabel diartikan sebagai sesuatu yang akan dijadikan obyek pengamatan penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.

Perumusan definisi variabel adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Harga (X_1).

Merupakan nilai harga atau sewa yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Indikator variabel biaya adalah :

- a. Tingkat keterjangkauan.
- b. Manfaat yang diperoleh konsumen.
- c. Kesesuaian biaya.
- d. Pertimbangan harga.

2. Pelayanan (X_2)

Perlakuan atau service pihak Hobi Wisata Tour & Travel Jember terhadap semua konsumen yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Indikator variabel pelayanan adalah :

- a. Komunikasi karyawan/crew terhadap konsumen.
- b. Harapan pelanggan mengenai pelayanan.

- c. Keramahan karyawan terhadap konsumen.
- d. Keakuratan.

3. Fasilitas (X_3)

Merupakan suatu alat (sarana dan prasarana) yang dimiliki oleh perusahaan dalam menunjang proses pemasaran. Indikator variabel fasilitas adalah :

- a. Kelengkapan fasilitas armada pariwisata dan hotel untuk menginap.
- b. Kelayakan fasilitas armada pariwisata dan hotel untuk menginap.
- c. Sarana, prasarana lainnya.
- d. Kesesuaian penyediaan makanan.

b. Variabel Dependent yaitu keputusan konsumen (Y)

Variabel Dependent adalah variabel tergantung artinya besar kecilnya variabel ini akan tergantung atau dipengaruhi dari variabel yang dimasukkan dalam model sebagai variabel bebasnya. Dalam penelitian ini variabel dependent adalah keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Indikatornya adalah :

- a. Fasilitas sesuai kebutuhan
- b. Pelayanan yang memuaskan
- c. Kelayakan fasilitas sesuai harapan
- d. Harga yang sesuai dengan harapan.

Jenis Data

Syaifudin (2005) membagi data menurut sumbernya menjadi dua macam, yaitu :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian tanpa melalui media perantara. Data primer dikumpulkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, yang dalam penelitian ini menggunakan survey angket atau kuestioner.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara berupa bukti, catatan/laporan historis yang terarsip baik dipublikasikan atau tidak. Data sekunder diperoleh dari pihak intern perusahaan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi tidak dibedakan satu sama lain karena adanya nilai karakteristik yang berlainan (Supranto, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili populasi, dimana jumlahnya lebih sedikit dari populasinya. Kriteria atau pertimbangannya adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa biro perjalanan wisata Hobi Wisata Tour n Travel Jember pada bulan Januari s/d Pebruari 2014. Menurut Supranto (2004), “Bila dalam penelitian melakukan analisis multivariate (regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti”. Maka dalam penelitian ini menggunakan sampel 60 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak oleh peneliti. Dimana dalam teknik ini pengambilan sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Responden yang berumur diatas 17 tahun
- b. Responden yang pernah menggunakan jasa Hobi Wisata Tour n Travel Jember minimal 1 kali.

Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek dan mencatat data yang berkaitan dengan penelitian.

2. Survey

Merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tulisan yang dilakukan dengan cara wawancara maupun dengan mengedarkan daftar pertanyaan.

Teknik Pengukuran Data

Pada penelitian ini tingkat pengukuran yang digunakan bersifat ordinal yaitu dengan memberikan angka-angka yang mengandung arti tingkatan, skala pengukuran yang digunakan adalah *Skala Likert*. *Skala Likert* umumnya menggunakan lima angka penelitian (Rangkuti, 2006). Melalui daftar pertanyaan yang ada diperoleh masing-masing item dari setiap variabel.

Untuk setiap item dalam daftar pertanyaan menggunakan lima kriteria, sebagai berikut :

1. Untuk jawaban A diberikan nilai 5 (lima)
2. Untuk jawaban B diberikan nilai 4 (empat)
3. Untuk jawaban C diberikan nilai 3 (tiga)
4. Untuk jawaban D diberikan nilai 2 (dua)
5. Untuk jawaban E diberikan nilai 1 (satu)

Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini :

Uji Validitas

Untuk mengukur validitas penelitian, digunakan teknik korelasi produk moment (person correlation). Menurut Singarimbun dan Effendi (2005), analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuatnya hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain, jadi tidak mempersoalkan apakah suatu variabel tertentu tergantung pada variabel yang lain.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable (Singarimbun dan Effendi, 2005).

Uji ini dilakukan dengan mengukur *Cronbach Alpha Coefficient*, dimana suatu instrumen dikatakan reliable bila memiliki nilai lebih dari 0,60 (Nunaly, dalam Sudjana, 2004).

Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) (Supranto, 2004). Dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Analisis Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui proporsi prosentase sumbangan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Supranto, 2004). Dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1Y + b_2 \sum X_2Y + b_3 \sum X_3Y}{\sum Y^2}$$

Uji F

Digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama/simultan (Supranto, 2004). Dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Uji T

Digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual/parsial (Supranto, 2004). Dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Uji Asumsi Klasik

Agar model regresi yang digunakan dapat menjadi penaksiran yang baik dan tidak bias, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji penyimpangan asumsi klasik antara lain :

1. Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas, artinya antara variabel bebas tidak terjadi hubungan linear. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat korelasi antara variabel independent, jika melebihi 0,50 diduga terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2005). Gejala multikolinearitas juga dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang didapat dengan

menggunakan program SPSS, yaitu multikolinearitas terjadi bila nilai VIF mendekati 10.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka terjadi masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2009).

3. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Cara mendeteksinya yaitu dengan cara melihat penyebaran datanya pada grafik normal *P. Plot of Regression Standardized*. Dasar pengambilan keputusannya, jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut layak dipakai (Ghozali, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Data

Analisis regresi nilai berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) berupa harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) terhadap variabel terikat (Y) keputusan konsumen. Dengan menggunakan *Statistic SPSS versi 17*, dihasilkan tabel berikut.

Tabel 1.
Hasil Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	8,031	2,198
	Harga	-,095	,070
	Pelayanan	,722	,064
	Fasilitas	,085	,065

a. Dependent keputusan

Sumber : Data Diolah.

Dari hasil regresi linear berganda yang ditampilkan pada tabel di atas, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,031 - 0,095X_1 + 0,722X_2 + 0,085X_3 + e$$

Model persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

1. Konstanta (a) regresi adalah sebesar 8,031. Menyatakan bahwa jika ada variabel harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) dianggap konstan, maka ada pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan biro jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

2. Nilai koefisien harga (X_1) adalah sebesar - 0,095, artinya setiap penambahan 1 (satu) intensitas harga, maka akan berkurang keputusan konsumen sebesar 0.095 atau 9,5%. Artinya variabel harga (X_1) mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan konsumen, Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

3. Nilai koefisien pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,722, artinya setiap penambahan 1 (satu) intensitas pelayanan, maka akan meningkat keputusan konsumen sebesar 0.722 atau 72,2%. Artinya variabel pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen, Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

4. Nilai koefisien fasilitas (X_3) adalah sebesar 0,085, artinya setiap penambahan 1 (satu) intensitas fasilitas, maka akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0.085 atau 8,5%. Artinya variabel fasilitas (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen, Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bagaimana pengaruh variabel harga, pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel. Nilai koefisien yang positif (+) akan menunjukkan bahwa variabel Y akan berubah dengan perubahan berbanding lurus dengan perubahan variabel-variabel bebasnya. Nilai koefisien yang negatif (-) akan menunjukkan bahwa variabel Y akan berubah dengan perubahan berbanding terbalik dengan perubahan variabel-variabel bebasnya.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) terhadap keputusan konsumen (Y) secara bersama-sama, maka dilakukan analisis determinasi berganda. Hasil analisis tersebut dalam *software SPSS versi 17* ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.860 ^a	.739	.720

a. Predictors: (Constant), hrg, lay, fasilitas

b. Dependent Variable: keputusan

Sumber : Data Diolah.

Dari tabel di atas terlihat tampilan *output SPSS Model Summary*. Pada tabel tersebut terlihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,720. Hal ini berarti 72% variasi keputusan konsumen (Y) dapat kontribusi oleh variabel-variabel independen yaitu harga (X_1), layanan (X_2) dan fasilitas (X_3). Sedangkan sisanya ($100\% - 72\% = 28\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti internal konsumen : sosial, pribadi, psikologi dll.

Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah model dari persamaan persamaan regresi diperoleh, selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Untuk melakukan pengujian ini digunakan uji F. Apabila diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji dengan menggunakan *software SPSS versi 17 for windows* diperoleh :

Tabel 3
Anova (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,681	4	37,42	38,904	.000 ^b
	Residual	52,902	55	,962		
	Total	202,583	59			

a. Dependent Variable: keputusan

b. Predictors: (Constant), hrg.layanan,fasilitas

Sumber : Data Diolah.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} dalam penelitian ini adalah sebesar 38,904 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} untuk $F_{(4;55;5\%)}$ adalah sebesar 2,5397. Sehingga dapat dibandingkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember diterima.

Setelah model dari persamaan regresi dan hasil uji simultan diperoleh, selanjutnya dilakukan uji hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Untuk melakukan pengujian ini digunakan uji-t.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria sebagai berikut:

1. H_0 diterima apabila $-t(\alpha/2; n-k) \leq t_{hitung} \leq t(\alpha/2; n-k)$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t(\alpha/2; n-k)$ atau $-t_{hitung} < -t(\alpha/2; n-k)$, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} dengan *software SPSS versi 17 for windows* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel Bebas	t_{hitung}	t_{tabel}
Harga	-1,350	2,004
Pelayanan	11,357	2,004
Fasilitas	1,317	2,004

Sumber : data diolah.

1. Pengujian hipotesis variabel harga terhadap keputusan konsumen dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($-1,350 < 2,004$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bisa dikatakan variabel harga berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember.
2. Pengujian hipotesis variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($11,357 > 2,004$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian bisa dikatakan variabel pelayanan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember.
3. Pengujian hipotesis variabel fasilitas terhadap keputusan konsumen dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,317 < 2,004$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bisa dikatakan variabel fasilitas berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atas semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Apabila untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat korelasi antar variabel bebas, jika melebihi 5 diduga terjadi multikolinieritas atau melihat hasil perhitungan pada tabel VIF (Santoso, 2005).

Berikut hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini :

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	.918	1.090
Pelayanan	.877	1.140
Fasilitas	.881	1.135

Dependent
Variable: Keputusan
Kons

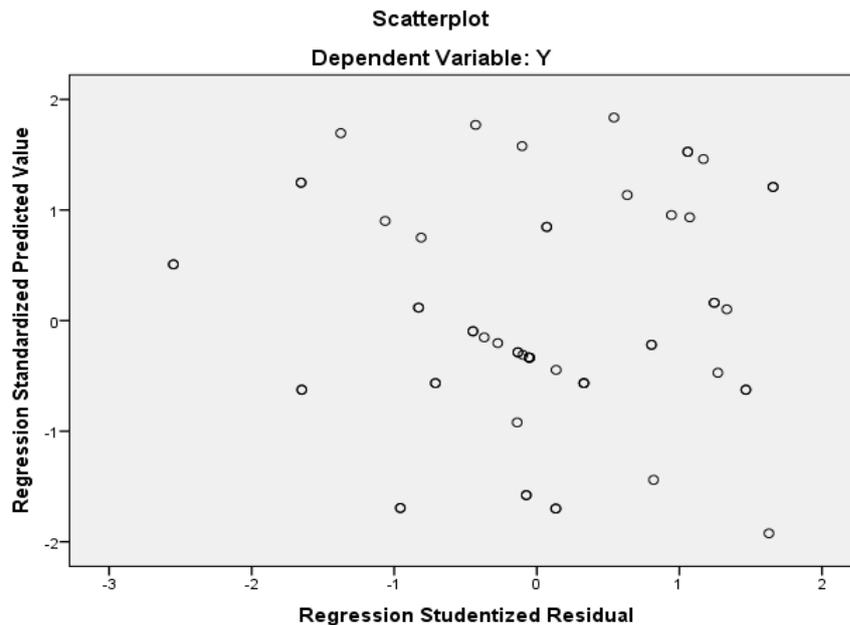
Sumber : Data Diolah.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini kurang dari 5, sehingga dapat dikatakan variabel bebas dalam penelitian ini terbebas dari permasalahan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji atau menganalisa ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dijelaskan dengan menggunakan scatterplot (Santoso, 2005).

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini :

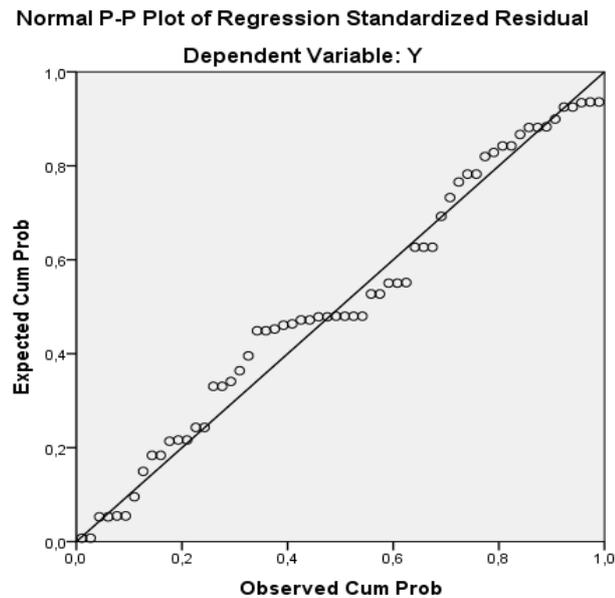


Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik yang terjadi menunjukkan menyebar di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu y serta tidak tampak adanya suatu pola yang jelas pada sebaran data tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari permasalahan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah model regresi variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal.

Berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini :



Syarat data dapat dikatakan terdistribusi secara normal pada metode grafik normal P-P Plot adalah, titik-titik harus menyebar di sekitar garis diagonal. Pada grafik P-P Plot penelitian ini, terlihat bahwa titik-titik yang terjadi menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Maka data dalam penelitian ini dapat dikatakan telah terdistribusi secara normal.

Pembahasan

Dari hasil analisis regresi linear berganda, terbentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8,031 - 0,095X_1 + 0,722X_2 + 0,085X_3 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa terdapat dinamika ke tiga variabel, yang artinya apabila variabel pelayanan dan fasilitas tersebut ditingkatkan nilainya, maka akan mengakibatkan meningkat pula terhadap nilai variabel terikat (Y) dalam hal ini keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Sementara apabila variabel harga ditingkatkan nilainya, maka akan mengakibatkan menurunnya terhadap nilai variabel terikat (Y) dalam hal ini keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Kesimpulan yang muncul harga yang dilakukan perusahaan ternyata kurang efektif, indikator variabel tersebut tidak memberikan dampak terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember secara baik.

Dari hasil uji F (simultan) dapat diketahui bahwa H_a diterima yang artinya diduga variable harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Dari hasil uji T secara parsial mengindikasikan perbedaan dengan hasil uji secara simultan, dimana hanya variabel pelayanan saja memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa begitu besar pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen yang berbentuk : hubungan komunikasi yang baik antara karyawan/crew dengan anda telah sesuai dengan harapan, pelayanan yang

diberikan pihak Hobi Wisata Tour & Travel Jember telah sesuai dengan harapan, Keramahan pelayanan karyawan/crew Hobi Wisata Tour & Travel Jember kepada anda sesuai dengan harapan dan Pelayanan yang diberikan Hobi Wisata Tour & Travel Jember telah akurat/sesuai dengan apa yang ditawarkannya. Sementara variable harga dan fasilitas meskipun terdapat pengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan para konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil regresi bahwa variabel bebas pelayanan dan fasilitas memiliki koefisien regresi positif, yang artinya jika kedua variabel bebas tersebut ditingkatkan nilainya, maka akan mengakibatkan meningkat pula terhadap nilai variabel terikat (Y) dalam hal ini keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember. Sementara variabel harga memiliki koefisien regresi negatif, yang artinya jika variabel harga tersebut ditingkatkan nilainya, maka akan mengakibatkan menurunnya terhadap nilai variabel terikat (Y) dalam hal ini keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.
2. Berdasarkan pada Uji F, bahwa variabel harga (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.
3. Berdasarkan pada Uji T, mengindikasikan perbedaan dengan hasil uji secara simultan, dimana hanya variabel pelayanan saja yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember.

Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan tersebut, maka dapat diambil beberapa saran kepada pihak terkait yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini konsumen berharap kepada pelayanan terhadap keputusan konsumen dipertahankan yang berbentuk : hubungan komunikasi yang baik antara karyawan/crew dengan anda telah sesuai dengan harapan, Pelayanan yang diberikan pihak Hobi Wisata Tour & Travel Jember telah sesuai dengan harapan, Keramahan pelayanan karyawan/crew Hobi Wisata Tour & Travel Jember kepada anda sesuai dengan harapan dan Pelayanan yang diberikan Hobi Wisata Tour & Travel Jember telah akurat/sesuai dengan apa yang ditawarkannya. Sementara variabel fasilitas dan harga yang pengaruhnya tidak kuat terhadap keputusan para konsumen menggunakan jasa Hobi Wisata Tour & Travel Jember perlu dikaji kembali dalam rangka meningkatkan kepuasan para konsumen Hobi Wisata Tour & Travel Jember.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor – faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifuddin, 2005, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar, 2007, *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- J. Supranto, 2004, *Statistic Teori Dan Aplikasi*, Edisi VI, Erlangga, Jakarta.
- J. Supranto, 2005, *Tehnik Sampling Untuk Survey Dan Experimen*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Priyatno, Duwi, 2009, *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Singarimbun dan Effendi, 2005, *Metode Penelitian Survey*, LP35, Jakarta.
- Supomo, Bambang dan Indriantoro, Nur, 2005, *Metodologi Penelitian Bisnis Akutansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Jogjakarta.
- Sudjana, 2005, *Metoda Statistika*, Edisi ketiga, Tarsito, Bandung.