



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**
(Studi Pada CV Travel Lintangan Trip)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

AHMAD SYAWALUDIN RIZALDI

22101092088



PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

RINGKASAN

Ahmad Syawaludin Rizaldi, 2025. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada CV Travel Lintangan Trip)** Dosen Pembimbing 1: Dadang Krisdianto, S sos, M.si, Dosen Pembimbing 2: Karina Utami Anastuti. S.AB., M.AB

Industri pariwisata merupakan sektor penting yang berkontribusi besar pada perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan budaya serta alam suatu daerah. Di Jawa Timur, khususnya destinasi Gunung Bromo, tren kunjungan wisatawan terus meningkat pascapandemi, didukung promosi, kebijakan pemerintah, dan daya tarik alam. Travel Lintangan Trip sebagai biro perjalanan fokus Bromo menawarkan paket Private Trip dan Open Trip dengan fasilitas lengkap, meliputi destinasi populer seperti Sunrise Point, Kawah Bromo, Pasir Berbisik, dan Savana. Data penjualan Mei 2024–April 2025 menunjukkan Private Trip lebih diminati, dengan puncak pada musim liburan. Namun, tantangan yang dihadapi mencakup persaingan ketat, keterbatasan sumber daya manusia, dan kebutuhan penentuan harga kompetitif melalui riset pasar. Kualitas pelayanan, harga, dan promosi menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, yang berdampak pada loyalitas dan keberlangsungan usaha. Riset ini mengkaji pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan Travel Lintangan Trip. Riset ini diperuntukkan guna mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Travel Lintangan Trip, baik secara parsial maupun simultan. Jenis riset ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuesioner yang disebarakan kepada partisipan secara daring melalui Google Form. Riset ini dilakukan pada pelanggan CV Travel Lintangan Trip dengan jumlah sampel sebanyak 100 partisipan, yang diperoleh melalui teknik probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini meliputi uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta uji hipotesis yang terdiri atas analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Perolehan pengujian mengindikasikan apabila variabel Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Harga juga berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta variabel Promosi berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Travel Lintangan Trip. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berdampak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. CV Lintangan Trip disarankan meningkatkan kualitas layanan dengan pelatihan rutin bagi staf, menyediakan layanan bantuan mudah diakses, serta menawarkan variasi paket perjalanan dengan harga fleksibel dan promo musiman. Transparansi harga perlu dijaga untuk membangun kepercayaan. Promosi dapat



diperkuat lewat media sosial, kolaborasi dengan influencer, serta program loyalitas untuk mendorong pelanggan kembali menggunakan jasa.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan.



SUMMARY

Ahmad Syawaludin Rizaldi, 2025. ***The Influence of Service Quality, Price, and Promotion on Customer Satisfaction (A Study at CV Travel Lintangan Trip)***. Supervisor 1: Dadang Krisdianto, S sos, M.si, Supervisor 2: Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB.

The tourism industry is a crucial sector that contributes significantly to the economy, creates jobs, and promotes a region's culture and nature. In East Java, particularly Mount Bromo, tourist visits have continued to increase post-pandemic, supported by promotions, government policies, and natural attractions. Lintangan Trip Travel, a Bromo-focused travel agency, offers Private Trip and Open Trip packages with comprehensive facilities, covering popular destinations such as Sunrise Point, Bromo Crater, Whispering Sands, and Savannah. Sales data from May 2024–April 2025 shows that Private Trips are in higher demand, with a peak during the holiday season. However, challenges include intense competition, limited human resources, and the need for competitive pricing through market research. Service quality, price, and promotion are key factors in maintaining customer satisfaction, which impacts loyalty and business sustainability. This study examines the influence of these three factors on customer satisfaction at Lintangan Trip Travel. This study aims to determine the effect of Service Quality, Price, and Promotion on Customer Satisfaction at CV Lintangan Trip Travel, both partially and simultaneously. This type of research is quantitative. The data collection technique used was a questionnaire distributed to partisipants online via Google Form. This research was conducted on CV Travel Lintangan Trip customers with a sample of 100 partisipants, obtained through probability sampling techniques. Data analysis techniques used in this study include instrument testing (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests), and hypothesis testing consisting of multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results of the study indicate that the Service Quality variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, the Price variable also has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and the Promotion variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at CV Travel Lintangan Trip. Simultaneously, these three variables have a significant effect on Customer Satisfaction. CV Lintangan Trip is advised to improve service quality by providing regular training for staff, providing easily accessible help services, and offering a variety of travel packages with flexible prices and seasonal promotions. Price transparency needs to be maintained to build trust. Promotions can be strengthened through social media, collaboration with influencers, and loyalty programs to encourage customers to return to the service.



Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction.



BAB I

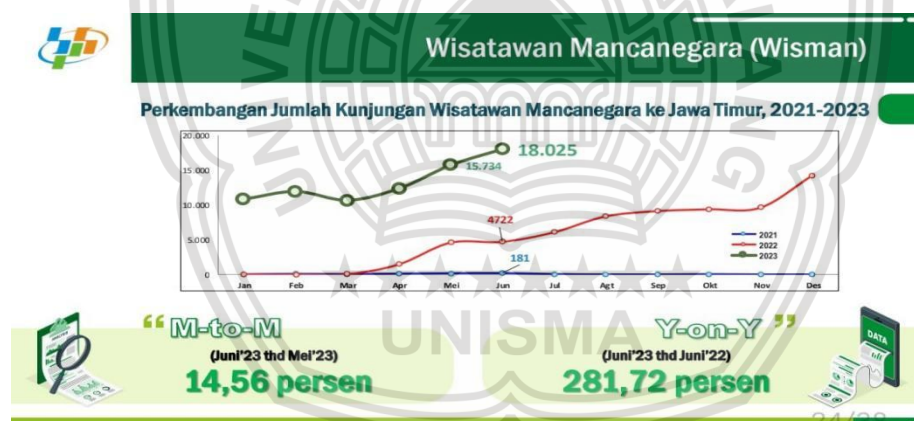
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata termasuk segmen ekonomi yang diperuntukkan guna menyediakan layanan dan fasilitas yang diperlukan wisatawan selama perjalanan mereka. Ini mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan perjalanan, akomodasi, transportasi, atraksi wisata, dan layanan lainnya yang mendukung pengalaman wisata. Untuk mencermati perkembangan kepariwisataan dunia yang terus bergerak dinamis dan kecenderungan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dalam berbagai pola yang berbeda merupakan peluang sekaligus tantangan bagi pengembangan pariwisata di Indonesia. Sejumlah pelaku pariwisata yang bergerak dalam bidang *travel agen* mengeluhkan berbagai persoalan klasik. Minimnya koordinasi antar pelaku bisnis, investasi, dan pariwisata menyebabkan pembangunan pariwisata tidak terpadu dan bergerak bercerai-berai. (Payangan 2018:2).

Sektor pariwisata sendiri memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Menurut data dari World Travel & Tourism Council (WTTC), sektor pariwisata berperan besar terhadap produk domestik bruto (PDB) global mencapai US\$9,9 triliun., menciptakan pekerjaan, dan mengembangkan infrastruktur serta sektor lainnya seperti transportasi dan layanan. Di daerah yang ekonominya bergantung pada kunjungan wisatawan,

pariwisata turut berkontribusi untuk mendukung keberlanjutan ekonomi daerah tersebut. Di samping itu, sektor pariwisata dapat berperan dalam memperkenalkan dan mempromosikan budaya lokal, serta meningkatkan kesadaran global tentang warisan budaya dan alam yang terdapat di suatu wilayah. Dalam hal ini, pariwisata dapat berfungsi sebagai sarana untuk diplomasi budaya dan memperbaiki citra positif suatu negara di kancah internasional. Permintaan pariwisata merupakan sejumlah orang yang menginginkan perjalanan atau menggunakan fasilitas pariwisata untuk mendapatkan pelayanan pada tempat-tempat di daerah tujuan wisata (Matheieson & Wall, 1982) dalam (Payangan, 2018:13),



Gambar 1 Grafik Pengunjung Wisman Jawa Timur Tahun 2021-2023

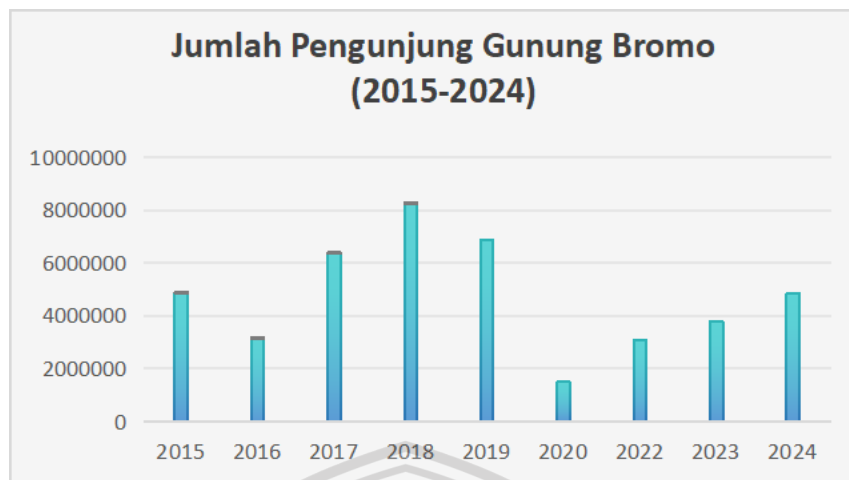
Sumber:Badan Pusat Statistik (BPS) 2025

Dari gambar diatas menunjukkan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Timur dari tahun 2021 hingga 2023. Information ditampilkan dalam bentuk grafik garis yang menggambarkan tren peningkatan jumlah kunjungan setiap tahunnya. Pada tahun 2021,

jumlah wisatawan sangat rendah dan cenderung stagnan. Pada tahun 2022, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, terutama mulai pertengahan tahun. Tren ini terus berlanjut di tahun 2023 dengan lonjakan yang lebih tajam, mencapai puncaknya di bulan Desember dengan 18.025 kunjungan.

Selain itu, gambar ini menampilkan indikator pertumbuhan wisatawan mancanegara. Pertumbuhan dari bulan Mei 2023 ke Juni 2023 menunjukkan peningkatan sejumlah 14,56 persen, yang menunjukkan adanya faktor pendorong dalam periode tersebut. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, peningkatan dari Juni 2022 ke Juni 2023 sangat signifikan, mencapai 281,72 persen. Angka ini mengindikasikan apabila sektor pariwisata Jawa Timur mengalami pemulihan dan pertumbuhan yang pesat, kemungkinan didukung oleh pemulihan pascapandemi, peningkatan promosi wisata, serta kebijakan pemerintah yang mendukung sektor pariwisata.

Travel Lintangan Trip adalah biro perjalanan wisata yang berfokus pada destinasi Gunung Bromo, menawarkan pengalaman petualangan alam yang autentik dan berkesan. Dimana Gunung Bromo adalah salah satu destinasi wisata *withering* terkenal di Indonesia, terletak di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Provinsi Jawa Timur. Dikenal dengan keindahan alamnya yang luar biasa, Bromo menarik wisatawan domestik maupun internasional untuk menyaksikan fenomena alam yang spektakuler, seperti matahari terbit (*Sunrise*) yang sangat indah, kawah Bromo yang aktif, dan pemandangan Laut Pasir yang mengesankan.



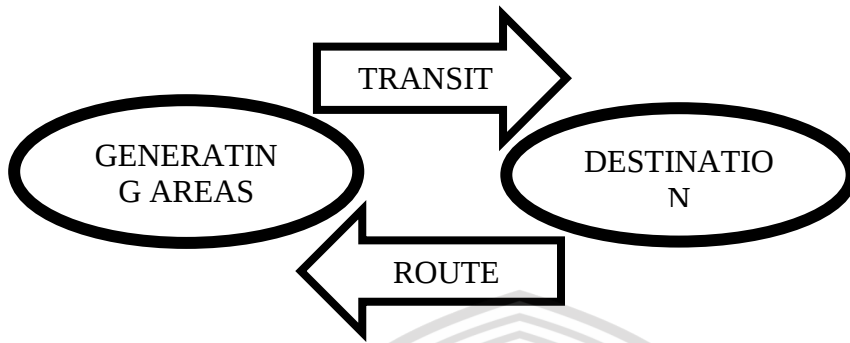
Gambar 2 Grafik pengunjung Gunung Bromo

Sumber : dataindonesia.id

Data tersebut menunjukkan tren peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan selama periode 2015 hingga 2024. Data dari Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BB TNBTS) mencatat bahwa pada tahun 2015, jumlah pengunjung mencapai 4.685.507 orang. Angka ini terus meningkat, dan pada tahun 2024, tercatat hampir setengah juta wisatawan mengunjungi Gunung Bromo, dengan puncak kunjungan terjadi pada bulan Agustus, Juli, dan Oktober.

Travel Lintangan Trip menawarkan paket yang mengakomodasi kebutuhan wisatawan yang ingin mengunjungi Bromo. Sebagai penyedia layanan perjalanan, Travel Lintangan Trip bertanggung jawab untuk memastikan pengalaman wisatawan selama perjalanan ke Bromo berjalan dengan lancar dan memuaskan. Beberapa layanan yang biasa ditawarkan oleh agen perjalanan seperti Travel Lintangan Trip untuk perjalanan ke Bromo seperti, paket wisata bromo yaitu Travel Lintangan Trip juga memiliki

sistem kepariwisataan, menurut Payangan (2018:23). sistem kepariwisataan mencakup (*generating areas*, *transit route*, dan *destination areas*).



Gambar 3. sistem kepariwisataan

Sumber : Payangan (2018:24)

Menurut payangan (2018:24), yaitu *Generating areas* merupakan daerah dimana wisatawan berasal. Berbagai kegiatan yang bisa dilakukan di kawasan ini adalah untuk menarik intensitas mereka untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, Travel Lintangan Trip telah dengan efektif menjalankan kegiatan yang sesuai dengan konsep *Generating Areas* yang dijelaskan oleh (Payangan 2018), dimana Travel Lintangan Trip menyediakan platform online yang mudah diakses untuk mempermudah wisatawan dalam mendapatkan informasi yang tentunya dapat meningkatkan minat wisatawan. *Transit route* merupakan wilayah atau keadaan dimana wisatawan melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah tujuan wisata, termasuk dalam wilayah ini adalah ketersediaan pengatur jalanan, transportasi, adapun transit sebagai tempat atau titik persinggahan sementara. Saat membawa wisatawan ke Gunung Bromo atau destinasi lain, Lintangan Trip memiliki bascome dengan adanya resto yang memenuhi kebutuhan wisatawan tempat ini menjadikan transit sebagai bagian dari perjalanan.

Destination areas merupakan daerah tujuan wisata yang dilengkapi dengan berbagai daya tarik seperti yang ada pada Travel Lintangan Trip adanya lima destinasi pariwisata di Bromo

Sunrise Point atau Bukit Penanjakan adalah salah satu titik terbaik untuk menyaksikan matahari terbit di kawasan Bromo. Dari tempat ini, wisatawan bisa menikmati panorama spektakuler berupa deretan pegunungan seperti Gunung Bromo, Gunung Batok, dan Gunung Semeru yang menjulang megah di kejauhan. Saat matahari mulai muncul dari balik cakrawala, siluet pegunungan terlihat memukau dan menciptakan momen magis yang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung.

Bukit Widodaren terletak tidak jauh dari Kawah Bromo dan menjadi tempat strategis untuk menikmati keindahan kawasan Gunung Bromo dari sudut yang berbeda. Dari puncaknya, pengunjung bisa melihat hamparan pasir dan kontur pegunungan dengan sudut pandang yang unik. Bukit ini juga sering dijadikan tempat singgah bagi wisatawan sebelum melanjutkan perjalanan ke spot-spot lain di kawasan Bromo.

Kawah Bromo sendiri adalah kawah aktif dari Gunung Bromo, yang merupakan bagian dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Wisatawan dapat mendaki anak tangga menuju bibir kawah untuk melihat langsung aktivitas vulkanik di dalamnya. Kawah ini juga menjadi lokasi pelaksanaan upacara keagamaan Yadnya Kasada oleh masyarakat Tengger, sebuah tradisi budaya yang memperkaya nilai spiritual kawasan ini.

Sisi timur Kawah Bromo terdapat kawasan yang dikenal dengan nama Pasir Berbisik. Tempat ini merupakan hamparan lautan pasir yang sangat luas, yang dinamakan demikian karena sering mengeluarkan suara seperti bisikan saat angin bertiup melewatinya. Suasana yang tenang dan pemandangan yang dramatis membuat Pasir Berbisik menjadi salah satu spot favorit wisatawan untuk berfoto atau sekadar menikmati keheningan alam. Padang Savana atau yang dikenal juga sebagai “Bukit Teletubbies” menawarkan lanskap hijau yang kontras dengan lautan pasir Bromo. Bukit-bukit kecil yang bergelombang dipenuhi rumput ilalang, menciptakan pemandangan yang menenangkan dan cocok untuk wisata alam. Tidak hanya menyediakan destinasi yang bagus Travel Lintangan Trip juga menyediakan fasilitas seperti, mobil penjemputan, jeeb, driver bagi para wisatawan yang mau berkunjung ke Bromo Tengger Semeru.

Penyediaan fasilitas ini menjadi salah satu upaya perusahaan untuk memberikan pengalaman perjalanan yang nyaman dan berkesan. Hal ini sejalan dengan konsep kepuasan pelanggan, Kepuasan konsumen adalah suatu taraf di mana keperluan, hasrat, serta ekspektasi dari konsumen dapat tercapai yang kemudian menimbulkan terjadinya pembelian berulang maupun loyalitas yang berkesinambungan. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa kepuasan konsumen merupakan selisih antara harapan konsumen (penilaian ekspektasi) dengan kondisi yang disediakan oleh perusahaan dalam upaya memenuhi keinginan konsumen (Band, 1991) dalam (Candrianto, 2021:42).

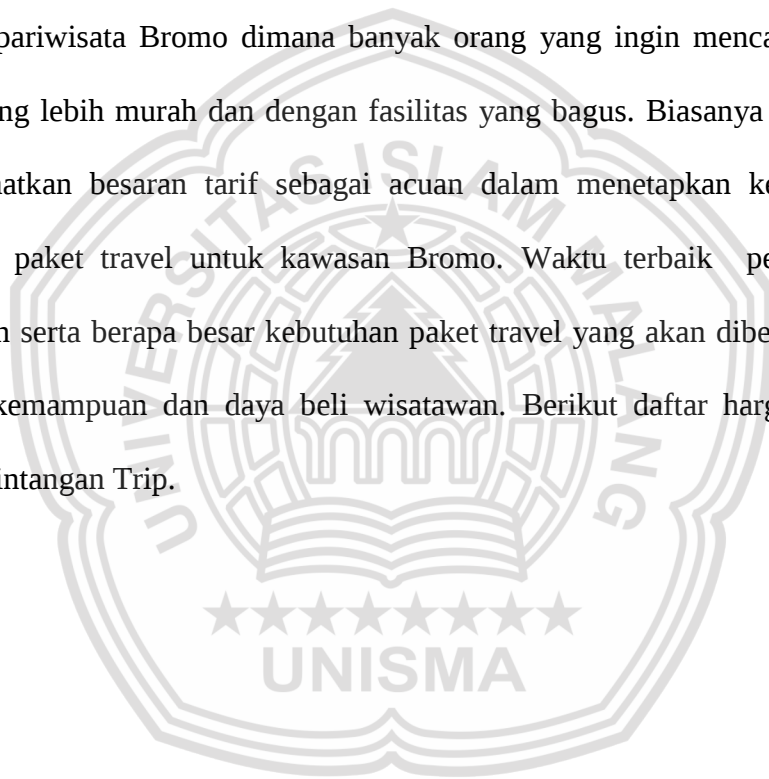
Begitu juga yang dirasakan oleh Travel Lintangan Trip dalam mempertahankan pelanggan melalui berbagai strategi yang telah dilakukan untuk tetap bertahan di masa ini, Selain diharuskan menghadapi kompetisi yang amat sengit di antara perusahaan Jasa Wisata lainnya, langkah yang perlu ditempuh oleh Lintangan Trip adalah menetapkan taktik yang sesuai agar mampu bertahan dalam situasi persaingan serta dapat menambah tingkat keuntungan usahanya. Namun dalam melakukan strateginya, Travel Lintangan Trip akan mengalami kebangkrutan apabila tidak di *support* oleh pelanggan yang selalu menuntut kepuasan seperti pelayanan baik dari segi fasilitas seperti, mobil penjemputan, jeeb, driver atas semua yang telah diberikan secara maksimal.

Kurangnya sumber daya manusia juga menyebabkan pemilik kesulitan dalam melayani konsumen, namun kualitas pelayanan juga salah satu hal yang penting untuk diperhatikan, pelayanan yang cepat dan baik atau bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan pelanggan akan cenderung menjadi puas dan ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama di waktu yang akan datang. Mutu layanan adalah salah satu tolok ukur utama bagi sebuah perusahaan agar mampu bertahan di tengah kerasnya persaingan dalam dunia industri. Mutu dimaknai sebagai keseluruhan sifat serta ciri dari suatu komoditas yang mendukung kemampuannya dalam memenuhi keperluan yang telah ditentukan maupun ditetapkan (Indrasari, 2019:54).

Travel Lintangan Trip telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen atau wisatawan yang menggunakan jasanya setia dan apabila mereka berkunjung lagi mereka akan menggunakan jasa dari Travel Lintangan Trip. Pelanggan merasa puas jika segala kebutuhannya selalu dilayani dengan baik, dengan kinerja perusahaan yang maksimal akan memberikan pengaruh kepada paket travel yang sedang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan maupun jumlah konsumen. Disamping itu dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha harus selalu mengamati strategi maupun perubahan pasar serta efektifitas pegawai karna dapat dijadikan modal penting untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Salah satu cara dalam menciptakan efektifitas yakni dengan pengamatan terhadap strategi pasar dan efektivitas pegawai, selain itu juga perlu diimbangi dengan penetapan harga yang tepat, menurut Indrasari (2019:36) Harga adalah besaran nilai yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Namun, dalam kondisi lain, harga diartikan sebagai sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen. Dalam konteks ini, harga menjadi sarana bagi penjual untuk membedakan tawarannya dari para kompetitor. Oleh karena itu, penentuan harga dapat dipandang sebagai bagian dari fungsi perbedaan produk dalam aktivitas pemasaran. Dalam mekanisme transaksi jual-beli, harga menjadi salah satu unsur paling krusial, sebab harga berperan sebagai alat pertukaran dalam proses transaksi. Harga juga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang bersifat luwes karena sewaktu-waktu dapat mengalami perubahan.

Banyak perusahaan Kebangkrutan dapat terjadi akibat penetapan tarif yang tidak selaras dengan kondisi pasar. Untuk mengetahui besaran harga yang tepat bagi konsumen, perusahaan Travel Lintangan Trip perlu melaksanakan riset lebih mendetail sehingga mampu menetapkan tarif yang cocok dengan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dimana kita tahu bahwasanya banyak sekali pesaing dari industri pariwisata terutama dalam industri pariwisata Bromo dimana banyak orang yang ingin mencari paket travel yang lebih murah dan dengan fasilitas yang bagus. Biasanya Pembeli memanfaatkan besaran tarif sebagai acuan dalam menetapkan keputusan transaksi paket travel untuk kawasan Bromo. Waktu terbaik pembelian dilakukan serta berapa besar kebutuhan paket travel yang akan dibeli sesuai dengan kemampuan dan daya beli wisatawan. Berikut daftar harga paket Travel Lintangan Trip.





Gambar 4 Harga Paket travel
Sumber :Travel Lintangan Trip

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa informasi dari Travel Lintangan Trip memiliki 2 paket travel antar lain yaitu (1) Private Trip Bromo dengan harga mulai dari Rp 1.000.000,00 per grup. Fasilitas yang disediakan meliputi mobil penjemputan penjemputan, jeep, driver, asuransi kecelakaan selama di Bromo, voucher diskon makan 10%, dan tempat transit (Basecamp). Destinasi yang dikunjungi dalam paket ini adalah Sunrise Point, Ledok Widodaren, Kawah Bromo, Pasir Berbisik, dan Savana Bukit Teletubbies dan jenis layanan yang ke (2) Open Trip Bromo dengan harga Rp275.000,00 per orang dengan fasilitas yang sama dengan beberapa destinasi yang ditawarkan dalam paket wisata menjadi keunggulan tersendiri bagi Travel Lintangan Trip.

Pada peninjauan awal riset telah melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pihak pemilik dari Travel Lintangan Trip. Berikut data paket travel wisata yang terjual dari Travel Lintangan Trip pada bulan Januari - Februari 2025:

Tabel 1 Data Paket Wisata Yang Terjual Travel Lintangan Trip Pada Bulan Mei 2024- April 2025

No	Bulan	Paket Wiasata yang Terjual (Pax)	
		Privat Trip	Open Trip
1	Mei	501	214
2	Juni	783	211
3	Juli	987	363
4	Agustus	851	278
5	September	170	89
6	Oktober	102	91
7	November	222	191
8	Desember	419	179
9	Januari	714	225
10	Februari	612	126
11	Maret	182	98
12	April	808	235
Total		6351	2300

Sumber :Travel Lintangan Trip, 2025

Berdasarkan tabel diatas berisi jumlah paket wisata yang terdiri dari paket wisata Open Trip dan Privat Trip, dimana paket Open Trip sendiri adalah jenis paket wisata di mana peserta berasal dari berbagai kalangan atau individu yang tidak saling mengenal dan digabung dalam satu perjalanan. Jadwal, rute, dan fasilitas biasanya sudah ditentukan oleh penyelenggara.

Namun, fleksibilitasnya terbatas karena harus menyesuaikan dengan peserta lain. Sedangkan untuk Privat Trip sendiri adalah paket wisata yang ditujukan khusus untuk satu kelompok tertentu, seperti keluarga, teman, atau perusahaan. Perjalanan ini bersifat eksklusif, sehingga jadwal, rute, dan fasilitas bisa disesuaikan dengan keinginan peserta serta memberikan kenyamanan dan privasi lebih tinggi.

Pada tabel tersebut menyajikan data jumlah paket wisata yang terjual oleh Travel Lintangan Trip selama periode Mei 2024 hingga April 2025. Penjualan tertinggi Private Trip terjadi pada bulan Juli (987 pax), diikuti Agustus (851 pax) dan Juni (783 pax). Penjualan Open Trip tertinggi juga pada Juli (363 pax). Penjualan terendah terjadi pada September untuk Private Trip (170 pax) dan Open Trip (89 pax). Kenaikan signifikan pada bulan Januari 2025 (714 pax Private Trip). Penurunan tajam terjadi pada Maret 2025, dengan hanya 182 pax Private Trip. Bulan April 2025 kembali menunjukkan lonjakan pada Private Trip (808 pax) dan Open Trip (235 pax). Private Trip secara konsisten lebih tinggi dibandingkan Open Trip di semua bulan. Terdapat musim tinggi (*peak season*) pada bulan Juni, Agustus, dan Januari, yang kemungkinan besar disebabkan oleh liburan sekolah dan libur tahun baru dan penurunan terjadi pada bulan September dan Maret yang bisa disebabkan oleh bukan musim liburan atau faktor cuaca.

Selain mutu layanan dan tarif, promosi juga menjadi salah satu elemen yang memengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan pendapat Sitorus dan Utami (2017:4), promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran

yang sangat krusial untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan barang maupun jasa. Aktivitas promosi tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau pemanfaatan jasa selaras dengan keperluan serta keinginannya. Promosi apabila dirancang dengan baik tidak hanya mendorong pembelian tetapi juga berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan. Walaupun promosi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, Travel Lintangan Trip dapat memperluas variasi dan frekuensi promosi yang ditawarkan. Selain itu, pemanfaatan platform digital yang lebih luas, seperti media sosial dan aplikasi perjalanan, dapat memperkuat jangkauan pesan promosi dan meningkatkan efektivitasnya. Hal ini berpotensi meningkatkan daya saing perusahaan dalam pasar yang semakin kompetitif.

Beberapa riset menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Akbar & Simbolon (2024) menemukan bahwa harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Museum Perkebunan Indonesia di Kota Medan. Namun, perolehan pengujian Febriansyah & Triputra (2021) berbeda, yakni harga tidak berdampak terhadap kepuasan konsumen maupun keputusan pembelian ulang. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan dapat bervariasi tergantung pada konteks industri dan karakteristik partisipan.

Hal serupa juga terjadi pada variabel promosi. Akbar & Simbolon (2024) membuktikan bahwa promosi berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sebaliknya, Syerlina dkk. (n.d.) menemukan bahwa promosi justru berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Laundry 99 di Makassar. Perbedaan hasil ini mengindikasikan apabila efektivitas promosi terhadap kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh strategi promosi yang digunakan dan persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan.

Keberlangsungan hidup dari bisnis pariwisata yang dijalankan ditentukan oleh bagaimana strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka memuaskan kebutuhan para pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan atau bahkan melampauinya. Pelaku usaha harus selalu mengawasi kinerja perusahaan serta strategi yang diterapkan agar suatu produk atau paket travel dapat laku terjual. Pemahaman tentang strategi yang diterapkan sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya termasuk salah satunya adalah mencapai kepuasan (pelanggan). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya. Melihat fenomena dan permasalahan yang ada, peneliti tertarik guna menjalankan riset dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Travel Lintangan Trip"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam riset ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dari Travel Lintangan Trip?
2. Apakah harga berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dari Travel Lintangan Trip?
3. Apakah promosi berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dari Travel Lintangan Trip?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersamaan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dari Travel Lintangan Trip?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan pada riset ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Lintangan Trip.
2. Mengetahui dan menganalisis apakah harga berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Lintangan Trip.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah promosi secara parsial berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Travel Lintangan Trip.

4. Mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan, harga dan promosi secara bersamaan berdampak terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Lintangan Trip.

D. Manfaat Penelitian

Perolehan riset yang peneliti lakukan semoga bisa memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, pihak lembaga pendidikan, organisasi dan pihak-pihak lain yang kiranya berkepentingan dengan masalah ini. Berikut ini peneliti sampaikan mengenai manfaat dalam riset ini antara lain :

1. Secara Praktis

Riset ini dapat memberikan dampak signifikan pada peningkatan kepuasan pelanggan di sektor pariwisata dengan mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan melalui data empiris dari riset ini, Travel Lintangan Trip dapat memahami ekspektasi dan kebutuhan pelanggan terhadap layanan yang lebih cepat dan responsif. Informasi ini memungkinkan Travel Lintangan Trip mengoptimalkan kualitas pelayanan, harga, dan promosi agar lebih memenuhi harapan pelanggan, serta menyediakan akses mudah untuk transaksi dan informasi pada pengunjung yang ingin berkunjung ke Bromo melalui jasa Travel Lintangan Trip.

2. Secara Teoritis

Secara teoritis dari perolehan riset ini pada masa depan semoga bisa memberikan pemahaman konsep atau teori yang dapat menyokong

perkembangan di industri pariwisata, khususnya Gunung Bromo. Serta memberikan literatur terutama pada kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, secara spesifik kepada generasi milenial. Selain itu, dapat digunakan untuk menambah referensi dan pengetahuan riset di masa depan di perpustakaan Universitas Islam Malang terkait dengan program Studi Administrasi Bisnis hasil dari riset tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan untuk judul riset selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan diperuntukkan guna mempermudah riset ini yang dibagi menjadi beberapa bab dan masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang dipaparkan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab 1 pendahuluan ini dipaparkan perihal latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat riset, serta sistematika pembahasan riset.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 tinjauan pustaka ini dipaparkan perihal landasan teori dan hasil-perolehan pengujian terdahulu yang menjadi dasar observasi dan referensi bagi peneliti yang relevan untuk mendukung perolehan pengujian yang dilakukan oleh peneliti saat ini, serta dilengkapi dengan kerangka berpikir dan hipotesis riset.

BAB III: METODE RISET

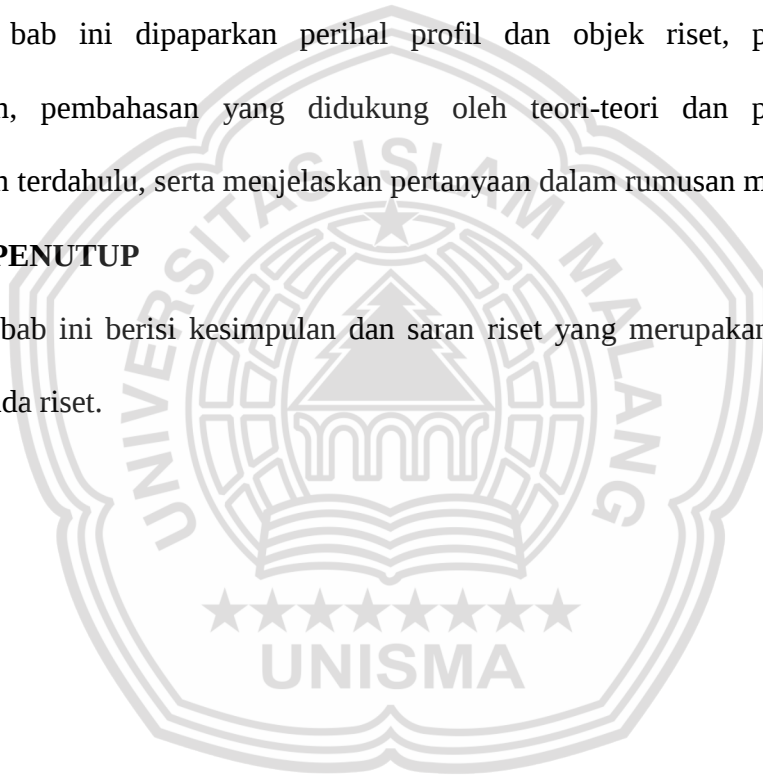
Didalam bab 3 membahas mengenai metode riset yang digunakan oleh peneliti dalam mengolah dan menganalisis data. Pada metode peneliti ini diuraikan lebih lanjut mengenai jenis riset, fokus riset, lokasi riset, variabel dan pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam riset.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan perihal profil dan objek riset, perolehan pengujian, pembahasan yang didukung oleh teori-teori dan perolehan pengujian terdahulu, serta menjelaskan pertanyaan dalam rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran riset yang merupakan temuan pokok pada riset.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Riset ini memiliki maksud guna mengidentifikasi dan menganalisis “Dampak kualitas layanan, biaya, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Travel Lintangan Trip”. Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam riset ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Travel Lintangan Trip. Hal ini dapat dibuktikan dengan pelayanan yang dilakukan oleh Travel Lintangan Trip sesuai dengan yang saya diharapkan, sehingga konsumen merasa puas.
2. Terdapat pengaruh antara Harga terhadap kepuasan pelanggan Travel Lintangan Trip. Hal ini dapat dibuktikan dengan Harga yang diberikan oleh Travel Lintangan Trip kepada konsumen sesuai dengan yang konsumen dapatkan sehingga konsumen merasa puas.
3. Terdapat pengaruh antara Promosi terhadap kepuasan pelanggan Travel Lintangan Trip. Hal ini dapat dibuktikan dengan upaya promosi yang dilakukan, seperti promosi di media sosial baik itu Instagram, Tiktok, X atau yang lainnya yang mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka.

4. Berdasarkan perolehan pengujian F nilai Sig. lebih rendah dari 0,05. Oleh sebab itu bisa diambil ringkasan bahwa kualitas pelayanan, harga dan Promosi secara simultan atau bersama-sama dan saling berhubungan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan Travel Lintangan Trip..

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai peneliti sadar akan banyak kekurangan dalam riset ini sehingga saya memberikan menyarankan kepada pihak-pihak berikut mengenai riset ini:

1. Saran secara teoritis

Berdasarkan perolehan pengujian ini, terdapat beberapa saran agar riset yang dilakukan dapat lebih komprehensif:

- a) Mengingat bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi mampu menjelaskan sejumlah 67% dari variabel kepuasan pelanggan, maka peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain yang kemungkinan juga berdampak. Beberapa variabel yang dapat diteliti lebih lanjut antara lain loyalitas pelanggan, atau faktor lain yang relevan dengan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

- b) Memperluas Objek Riset – Riset ini hanya dilakukan pada CV Travel Lintangan Trip. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan riset ke beberapa agen travel lainnya untuk memperoleh hasil yang lebih luas.

2. Saran secara praktis

Berdasarkan temuan dari riset ini, terdapat beberapa rekomendasi sebagai berikut;

1. CV Lintangan Trip disarankan untuk memberikan pelatihan rutin kepada staf, khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan, guna meningkatkan sikap ramah, responsif, dan profesional. Pelayanan yang cepat tanggap dan informatif akan memberikan kesan positif kepada pelanggan dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan. Selain itu, penyediaan layanan bantuan pelanggan yang mudah diakses, seperti melalui WhatsApp atau media sosial, juga penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna jasa.
2. Perusahaan dapat mempertimbangkan variasi paket perjalanan dengan harga yang fleksibel sesuai segmen pasar, seperti paket ekonomis, reguler, dan premium. Selain itu, pemberian potongan harga pada musim liburan atau untuk pemesanan grup dapat menjadi strategi menarik untuk menjangkau lebih banyak

pelanggan. Transparansi harga juga perlu dijaga agar pelanggan merasa aman dan percaya.

3. Promosi dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan media sosial secara aktif, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, untuk membagikan konten menarik berupa testimoni pelanggan, dokumentasi perjalanan, dan promo terbaru. Selain itu, kerja sama dengan influencer lokal atau travel blogger dapat memperluas jangkauan pasar. Pemberian reward atau program loyalitas bagi pelanggan yang sering menggunakan jasa Lintangan Trip juga bisa menjadi nilai tambah yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan CV Travel Lintangan Trip dapat semakin meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya sebagai Agen Travel Favorit di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini.h,dkk. (2024). Manajemen Jasa. Padang: Gita Lentera
- Akbar, M. ., & Simbolon , A. P. . (2024). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Perkebunan Indonesia Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(3), 1595–1606. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4786>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Perkembangan Pariwisata Indonesia*.
- Candrianto. (2021). Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang: Literasi Nusantara
- Febriansyah, & Triputra, G. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–82.
- Gea, N. E., & Mendrofa, C. P. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(1), 152–159.
- Gunung Bromo, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, <https://www.bromotenggersemeru.org>
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, H., & R. Dwi Sunu Kanto. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Citra PT. Sucofindo. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 91–103. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i1.2811>

- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Imam Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Update PLS Regresi. Edisi Delapan. In (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. BPFE Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran (Edisi ke-14). Jakarta: Erlangga.
- Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, A. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Pelanggan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 1(3), 208–222.
- Muhammad, A., & Simbolon, A. P. (2024). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Museum Perkebunan Indonesia di Kota Medan. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma), 4(3), 1-10.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Parasuraman, A., V.A., Zeithaml dan L.L., Berry. 1998. Servqual : A Multiple Item Scal for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality.e- Journal.
https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf.
- Payangan. (2018). Pemasaran Jasa Pariwisata. Bogor: IPB Press

- Pebriantika, Tasa, D., Pitriyani, U., & Selaeman., E. (2022). *Pengaruh Harga Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang*. *Jurnal Mirai Management*.
- Prasetyo, A. W., Rahayu, L. P., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Distro Antivirus Boyolali). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(1).
- Ryanda, R., & Wulansari, N. (2020). Pengaruh Sarana dan Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pulau Pasumpahan Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Budaya Populer*, 1(1).
- Reken.f,dkk. 2024. *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Eta Center.
- Sugiyono. (2020). *Metode Riset Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D* (Sofia Yust). Alfabeta.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Syerlina, Imran, U. D., & Asbara, N. W. (n.d.). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Laundry 99 di Makassar.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Candra. 2011. *Service, Quality & Statisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2010). *Pemasaran Jasa* (Edisi Ketiga). Andi.
- Umar. Husain, (2003). *Metode Riset untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2020). *Tourism and the SDGs - Journey to 2030*.

Wardani, R. M., & Putra, A. B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan outsourcing PT. Jangkar Putra Indonesia. *Master Manajemen*, 2(2), 157–166.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2023). *Economic Impact Report 2023*. WTTC.

Zusrony Edwin. (2018). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In R. A. Kusumajaya (Ed.), *Edisi ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga*. Yayasan Prima Agus Teknik.

