

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan layanan jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)**

Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung). Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan untuk variabel promosi, maka tingkat kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan pula. Begitu juga sebaliknya, apabila variabel promosi mengalami penurunan, maka tingkat kepuasan konsumen akan mengalami penurunan juga.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono dalam promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan terdapat komunikasi promosi, hal tersebut dilakukan oleh para pelaku usaha untuk memperkenalkan produk barang atau layanan jasa kepada para masyarakat luas untuk menarik agar tertarik terhadap produk atau jasa yang sedang ditawarkan.<sup>1</sup> Dimana komunikasi promosi dijadikan sebagai langkah awal antara perusahaan dengan masyarakat luas.

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,... Hal. 219

Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrizal<sup>2</sup>, yang menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Alviah, Ade Firmansyah<sup>3</sup> bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Maka berdasarkan hasil pengujian yang peneliti lakukan serta didukung dengan hasil penelitian terdahulu, jelas bahwa variabel promosi memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Dengan ketertarikan konsumen pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan hal tersebut menjadikan perusahaan untuk lebih berinovatif dalam membuat promosi yang menarik di media cetak maupun elektronik.

### **B. Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan layanan jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)**

Melihat pada pengujian tersebut dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan variabel kepuasan konsumen pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti, mengenai tingkat kepuasan konsumen dapat mengalami peningkatan dikarenakan terdapat peningkatan dalam jumlah harga. Serta sebaliknya, tingkat kepuasan konsumen yang menurun maka terjadi karena penurunan dalam jumlah harga. Hal

---

<sup>2</sup> Safrizal, Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Di Kota Langsa, *Jurnal*, Vol. 4 No.1 Mei 2015

<sup>3</sup> Siti Alviah, Ade Firmansyah, Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopkar Prima Vera Pt Indo American Creamics (Studi Kasus Pada Kopkar Primavera Pt Indo American Creamic). *Jurnal*, Oktober 2018

tersebut membuktikan bahwa jumlah harga dapat dijadikan sebagai penentu tingkat kepuasan pada layanan jasa yang diberikan oleh Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini searah yang dilakukan oleh Ahmad Yulizar, Apriani<sup>4</sup>, yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut jelas bahwa harga memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, dimana dengan ketertarikan konsumen akan penawaran harga yang reliabel dan terjangkau untuk semua kalangan, konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk atau jasa tersebut.

### **C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)**

Hasil pengujian variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen dalam penggunaan layanan jasa Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Konsumen akan merasa puas ketika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi, Ali Lili Yuliati<sup>5</sup>, yang mana pada penelitian tersebut pada diperoleh 83,2% pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada cabang JNE yang

---

<sup>4</sup> Ahmad Yulizar&Apriani, Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Diponegoro.

<sup>5</sup> Januar Efendi&Ali Lili Yuliati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, *Jurnal*, Vol. 11 No.2 September 2016

bertempat di Bandung. Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak terpisah oleh tingkat kepuasan konsumen Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung karena besar kecilnya nilai signifikansi kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar dalam tingkat kepuasan konsumen, karena dengan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan yang baik dan sesuai maka dapat memberikan nilai yang maksimal dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

**D. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)**

Dari hasil penelitian yang di lakukan terhadap tingkat kepuasan konsumen Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, diketahui bahwa variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif juga signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada pengguna layanan jasa travel (Studi Padaa Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung) yang berarti dapat diliat jika ingin nilai kepuasan konsumen meningkat maka nilai koefisien regresi dari promosi, harga dan kualitas pelayanan harus ditingkatkan.

Adapaun hasil dari penelitian pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) nilai Adjusted R Square menunjukkan 34,4% untuk variabel tingkat kepuasan

konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel promosi (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dan 65,6% untuk sisanya dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar penelitian ini.

Melihat pembahasan dari seluruh hasil pengujian hipotesis, ditarik kesimpulan mengenai secara simultan semua variabel independen (Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh positif juga signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung).