

The Influence of Service Quality and Customer Relationship on Consumer Decision to Revisit at Villa Bugis Seminyak, Bali

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Customer Relationship* terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Kembali di Villa Bugis Seminyak, Bali

Ni Kadek Asri Suwandewi¹, I Gede Agus Mertayasa^{2*}, Sidhi Bayu Turker³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: demertayasa1970@gmail.com

Article info

<p>Keywords: <i>Service Quality, Customer Relationship, and Visiting Decisions</i></p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>This research aimed to determine the effect of service quality and customer relationship partially and simultaneously on the decision to visit. The research location is at villa Bugis Seminyak, Bali. The population in this study were customers on visitors of Vila Bugis Seminyak, Bali and the sample were 60 respondents. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, Classical Assumption test, Multiple Linear Regression Analysis, Partial Correlation Analysis, Coefficient of Determination Test, F Test and t Test. From the results of the study, it can be seen that; (1) service quality has a significant positive effect on visiting decision, where the t test value is 4.780 and the significance is 0.000. (2) Customer relationship has a significant positive effect on visiting decision, where the t test value is 2.982 and the significance is 0.004. (3) Simultaneously the quality of service and customer relationship have a significant effect on the decision to visit, where the f test is 36.118 and the significance is 0.000. The magnitude of the influence of the independent variable on the decision to visit is 55.9%. The researcher's advice is to always maintain the cleanliness of the villa, routinely provide training to employees, create a more attractive website, and be able to provide information needed by consumers.</i></p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, <i>Customer Relationship</i>, dan Keputusan Berkunjung</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan <i>customer relationship</i> secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung. Lokasi penelitian ini di Villa Bugis Seminyak, Bali. 60 responden dari penelitian ini merupakan pelanggan maupun pengunjung villa Bugis Seminyak, Bali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi parsial, analisis korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji T. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dinyatakan bahwa; (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,780 dan signifikansi 0,000. (2) <i>Customer relationship</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,982 dan signifikansi 0,004. (3) secara simultan kualitas pelayanan dan <i>Customer relationship</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana diperoleh nilai F-hitung 36,118 dan signifikansi 0,000. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 55,9%. Saran peneliti adalah selalu menjaga kebersihan villa, secara rutin memberikan pelatihan kepada karyawan, membuat <i>website</i> yang lebih</p>

menarik, dan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

PENDAHULUAN

Pesona pada objek-objek wisata di Bali mengundang wisatawan asing untuk berkunjung ke Bali merupakan daerah yang beragam tempat wisatanya. Salah satu objek wisata favorit wisatawan adalah pantai. Sejalan dengan hal tersebut, Urbanus dan Febianti (2017) menyatakan bahwa dengan meningkatnya kemajuan sektor pariwisata di Bali membuat investor berminat dalam menyuntikkan modal pada perhotelan maupun jasa lainnya karena banyak peluang bisnis yang diterima, sehingga fasilitas menjadi ditingkatkan dan menjadi maju.

Villa Bugis Seminyak, Bali yang bernaung di bawah PT. Property Rental terletak di Jalan Laksamana, Gang Bugis, Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Villa ini sangat memperhatikan kualitas pelayanan terhadap tamu yang berkunjung. Dalam suatu usaha penginapan seperti villa, manajemen perusahaan dan karyawan harus mampu memenuhi kebutuhan tamu yang menginap, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu cara yang dipergunakan oleh Villa Bugis Seminyak, Bali untuk meningkatkan kunjungan tamu dan menjaga nama baik perusahaan, hal ini akan berdampak pada keputusan tamu untuk berkunjung kembali ke Villa Bugis Seminyak, Bali.

Selain itu, *customer relationship* juga menjadi faktor penting untuk menarik keputusan konsumen kembali ke Villa Bugis Seminyak, Bali. Villa ini sempat mengalami penurunan drastis jumlah tamu yang menginap pada awal 2022. Banyaknya upaya yang dilakukan untuk mempertahankan *customer relationship*, yaitu dengan menurunkan harga sewa tanpa mengurangi servis yang berlaku di Villa Bugis, memberi promo menarik seperti diskon menginap dan diskon *food and beverage*.

METODE

Penelitian ini memastikan sejauh mana kualitas pelayanan dan *customer relationship* memengaruhi keputusan berkunjung kembali di Villa Bugis Seminyak, Bali yang terletak di Jalan Laksamana, Gang Bugis, Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Operasional variabel dipakai untuk menunjukkan informasi dalam pengukuran variabel sehingga membantu peneliti dalam melakukan penelitian dengan variabel yang sama. Beberapa definisi yang akan dipaparkan penulis, yaitu:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1) adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh karyawan Villa Bugis kepada tamu yang menginap di Villa Bugis Seminyak, Bali.
- 2) *Customer Relationship* (X2) merupakan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan dan sebagai cara untuk memaksimalkan retensi pelanggan.
- 3) Keputusan Berkunjung Kembali (Y) adalah keputusan tamu untuk mengunjungi kembali dan menginap di Villa Bugis Seminyak, Bali.

Penulis melibatkan sebanyak 60 orang pengunjung Villa Bugis Seminyak, Bali sebagai populasi dan metode sampel yang dipakai pada penelitian ini merupakan *Accidental Sampling*, yang mana mengambil responden secara kebetulan atau yang ada dan tersedia di suatu tempat. Utama, dkk (2012:52-67) menyatakan metode mengumpulkan data bisa dilakukan dengan penyebaran kuesioner, sesi wawancara dan observasi.

Uji Instrumen

- Uji Validitas: untuk mengetahui berguna atau tidaknya sebuah skala pengukuran dapat divalidasi melalui pengukuran *item total correlation* koefisien relasi $r < 0,3$ (Utama, 2012:140).
- Uji Realibilitas: indikator variabel sebagai instrumen ukur kuesioner. Ghozali (2012:40), menyatakan suatu kuesioner reliabel jika jawabannya konsisten. Pengukuran dapat dilakukan dengan *one shoot* menggunakan SPSS uji statistik *Cronbach is Alpha* (α). Variabel akan realibel ketika (α) > 0.60 .

Uji Instrumen Data

- Uji multikolinearitas
 Menguji keberadaan kerelasi antara variable independen dan model regresi. Pengujian multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleran dan *Varian Inflation Factor* (VIF).
- Uji normalitas
 Mengetahui jenis distribusi normal berupa sampel penelitian dengan melihat nilai signifikannya.
- Uji heteroskedastisitas
 Mengetahui perbedaan model regresi dari varian residual observasi satu ke observasi lainnya.

Tabel 1 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

Koefisien kolerasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana:

Jika $r = +1$, korelasi yang terjadi sangat kuat dan searah, ketika X naik 1 maka Y juga akan naik 1 begitupun sebaliknya.

Jika $r = 0$, hubungan kedua variabel sangat lebar sehingga tidak terjadi hubungan.

Jika $r = -1$, korelasi yang terjadi sangat kuat dan berlawanan arah, ketika X naik 1 maka Y juga akan naik 1 begitupun sebaliknya.

Analisis Regresi Berganda

Uji statistik menggunakan metode regresi terdiri dari 3 variabel bebas dengan persamaannya, yaitu

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X_1 = variabel bebas pertama

X_2 = variabel bebas kedua

a = konstanta

$b_1 - b_2$ = koefisien regresi

Analisis Determinasi

$$D = R^2 \times 100\%$$

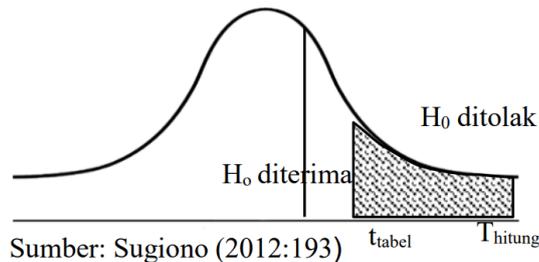
Keterangan:

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi berganda

Uji t-test

Gambar 1. Kurva Distribusi Normal dengan Uji t



Sumber: Sugiono (2012:193)

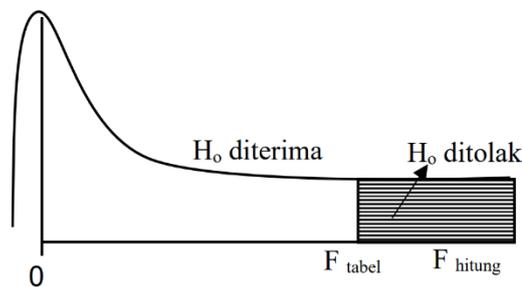
Kriteria pengujian:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Uji F test

Gambar 2. Kurva Distribusi Normal dengan Uji F



Sumber: Sugiono (2012:193)

Kriteria pengujian:

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian empiris memperoleh besar t hitung 4,780 dengan t tabel bernilai 2,002, sehingga besar t hitung berada dalam rentang penolakan H_0 . Artinya, jika H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya ada dampak positif dan signifikan dari meningkatnya pelayanan pada pelayanan dan keputusan kembali ke Villa Bugis Seminyak Bali.

Hasil penelitian menunjukkan apabila kualitas meningkat, maka semakin meningkat juga minat berkunjung kembali, begitu juga sebaliknya semakin buruk pelayanan maka minat mengunjungi balik semakin rendah.

Pengujian empiris memperoleh besar t-hitung 2,982 dan hasil t tabel 2,002. Maka, t-hitung berada dalam kisaran penolakan H_0 . Artinya terlihat dampak positif secara parsial

yang signifikan dari relasi dengan klien dalam keputusan untuk kembali ke Villa Bugis Seminyak Bali.

Hasil survei mengindikasikan bahwa semakin baik hubungan pelanggan, semakin tinggi keputusan kunjungan kembali, dan sebaliknya, semakin buruk hubungan pelanggan dan semakin rendah keputusan kunjungan kembali, cenderung semakin rendah.

Pada pengujian empiris besar F-hitung 36,118 dan hasil F tabel 3,16 sehingga F-hitung berposisi di penolakan H_0 . Artinya, tingkat pelayanan dan hubungan dengan pelanggan yang bersamaan akan memberikan pengaruh secara signifikan kepada keputusan untuk kembali ke Villa Bugis Seminyak, Bali.

Hasil survei menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan, meningkatkan juga minat konsumen untuk berkunjung kembali, begitupun sebaliknya, rendahnya hubungan kepada pelanggan, membuat semakin rendahnya minat untuk kembali.

SIMPULAN

Bersumber pada analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, ditarik beberapa kesimpulan:

- 1) Ada pengaruh positif signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan dengan keputusan kembali ke Villa Bugis Seminyak Bali. Hal ini dibuktikan dengan nilai regresi 0,345 dan t hitung adalah 4,780, lebih besar dari t tabel yaitu 2,002, dengan taraf signifikansi 0,000 dan memenuhi syarat signifikansi $p < 0,050$. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi keputusan untuk kembali.
- 2) Ada pengaruh *customer relationship* yang positif signifikan secara parsial terhadap keputusan untuk kembali ke Villa Bugis Seminyak, Bali, dengan nilai regresi 0,246. Diuji dengan t hitung adalah 2,982 yang lebih besar dari t tabel yaitu 2,002 dengan taraf signifikansi 0,004 yang memenuhi ketentuan signifikansi dan $p < 0,050$. Artinya, semakin baik hubungan dengan pelanggan, semakin besar keputusan untuk mengunjungi kembali.
- 3) Ada pengaruh secara simultan antara pengaruh kualitas pelayanan dan *customer relationship* terhadap keputusan konsumen berkunjung kembali di Villa Bugis Seminyak, Bali memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas layanan dan hubungan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan F hitung adalah 36,118 dibandingkan dengan F tabel yaitu 3,16 pada taraf signifikansi 0,000. Hal ini memenuhi persyaratan signifikansi $p < 0,050$. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan dan hubungan dengan pelanggan maka semakin tinggi keputusan untuk kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV



Urbanus, I. N., & Febianti. 2017. Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(1).

Utama, A. M. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.