

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA MUTIARA BUNDA TOUR AND
TRAVEL MOJOKERTO**

Khoirotun Nisa' Al Laili¹, Nersiwad², M. Syamsul Hidayat³
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Correspondence		
Email: lailigrande@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 12 August 2024	Accepted: 21 August 2024	Published: 22 August 2024

Abstract

The Indonesian tourism industry continues to grow rapidly, thus creating promising business opportunities in the travel and tourism sectors. In Mojokerto, there are many travel agencies that offer tour and travel services. Decisions on the use of tour and travel services may be influenced by consideration of the factors offered by the travel agency, namely, the quality of services, facilities, and prices. The purpose of this research is to find out the impact of the quality of services, facilities, and prices on the decision-making of users of Mutiara Bunda Tour and Travel Mojokerto services. The population in this study is a consumer who has ever made the purchase / use of Vutiara Bunda Tour and Travel services through the distribution of questionnaire (online) to consumers. The sample of this study is 100 people with purposive sampling techniques. The data analysis technique used is double linear analysis with the help of the SPSS 25 program. The results of the research were that the quality of service (X1) had a significant value of 0.031 then had a positive and significant influence on decision-making (Y), the facility (X2) had a meaningful value of 0,000 then had an important and positive impact on decision making (Y) the price (X3) had a significant value of 0.141 then had no positive and non-significant impact on decisions (Y). The quality of services (X1), the facilities (X2), and the prices (X3), had a value of 28.924 greater than 2.70 which meant that there was a simultaneous influence upon decision making. (Y).

Keywords: Quality of Service, Facilities, Price, Decision Making, Travel

Abstrak

Industri pariwisata Indonesia terus berkembang pesat, sehingga menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan di sektor industri perjalanan dan industri pariwisata. Di Mojokerto, banyak dijumpai biro perjalanan yang menawarkan jasa tour and travel. Pengambilan keputusan penggunaan jasa tour and travel dapat dipengaruhi oleh pertimbangan faktor yang ditawarkan oleh biro perjalanan diantaranya yaitu, kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap pengambilan keputusan pengguna jasa Mutiara Bunda Tour and Travel Mojokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian/penggunaan jasa Mutiara Bunda Tour and Travel dengan cara penyebaran kuisisioner (online) kepada konsumen. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai signifikan 0,031 maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y), fasilitas (X2) memiliki nilai signifikan 0,000 maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y), harga (X3) memiliki nilai signifikan 0,141 maka tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y), kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan harga (X3) memiliki nilai 28,924 lebih besar dari 2,70 yang berarti terdapat pengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Pengambilan Keputusan, Travel

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, Indonesia menjadi sorotan utama sebagai destinasi wisata yang berkembang pesat di dunia. Pendorong fenomena ini disebabkan berbagai faktor diantaranya promosi pariwisata, kemajuan infrastruktur, dan meningkatnya minat wisatawan domestik dan internasional untuk menjelajahi keindahan alam dan kebudayaan melimpah. Indonesia adalah surga wisata yang menawarkan pengalaman yang tidak terlupakan bagi para wisatawan. Keindahan alam yang menakjubkan seperti gunung berapi, pantai pasir putih, hutan hujan tropis, dan terumbu karang

yang memesona hingga warisan budaya yang kaya seperti candi, tradisi tari, dan musik, serta festival budaya yang meriah.

Semakin berkembangnya transportasi di Indonesia menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya tarik destinasi negara maupun antar wilayah daerah. Perkembangan ini memberikan dampak yang signifikan dalam memperlancar arus barang dan manusia, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta membentuk pola hubungan antar daerah secara global. Mobilitas yang semakin meningkat menimbulkan kebutuhan transportasi umum menjadi privat dan lebih flaksibel.[1] Salah satu fasilitas untuk mengembangkan dan memajukan suatu daerah, transportasi adalah salah satu fasilitas yang dapat meningkatkan aksesibilitas atau hubungan suatu daerah karena daerah sering dikaitkan dengan aksesibilitas.[2] Dengan demikian, transportasi tidak hanya menjadi sarana perpindahan, tetapi juga menjadi fondasi yang mendukung berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi. Berbagai pilihan transportasi memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menjelajahi destinasi pariwisata dengan nyaman.

Industri pariwisata di Indonesia terus berkembang pesat, sehingga menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan di sektor industri perjalanan dan industri pariwisata. Bisnis *travel*, termasuk agen perjalanan dan layanan akomodasi sehingga biro *travel* menjadi inovatif dalam menawarkan paket-paket wisata yang beraneka ragam dan menarik. Adanya *platform daring* dapat memudahkan wisatawan untuk merencanakan dan memesan perjalanan dengan efektif bisa dimanapun dan kapanpun. Dengan keadaan tersebut banyak startup dan usaha kecil berfokus di pariwisata lokal, seperti penyedia jasa penginapan dan penyedia *tour dan travel* lokal sehingga memberikan kontribusi dalam mempromosikan destinasi wisata di Indonesia yang dapat memperluas pilihan wisatawan. Meningkatnya pertumbuhan industri pariwisata dan industri perjalanan secara terus menerus menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu industri pariwisata dan perjalanan yang ada di wilayah Mojokerto ialah Mutiara Bunda *tour and travel*. Biro *travel* ini menyediakan berbagai macam paket diantaranya, *outing class, tour and travel, family gathering*, rekreasi, *outbound*, sewa transportasi dan penginapan.

Berbagai pelaku bisnis jasa, berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen sehingga berbagai upaya yang ditawarkan salah satunya ialah kualitas pelayanan dari masing-masing biro *travel*. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting bagi citra biro *travel* sehingga dengan kualitas pelayanan yang tinggi akan menjadi *icon* biro *travel*. Menurut Tjiptono dalam penelitian (alfian & edi) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk atau jasa yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.[3] "Menurut penelitian terbaru yang dilakukan oleh Khan dan Rahman (2022) dalam jurnal (alfian & edi), kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari perspektif teknis, tetapi juga dari pengalaman emosional pelanggan dalam interaksi dengan penyedia layanan. Mereka menyoroti pentingnya memahami aspek-aspek psikologis dan emosional dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan."

Pengambilan keputusan untuk memakai suatu jasa juga tidak terlepas dari adanya pertimbangan fasilitas yang akan didapatkan oleh konsumen yang telah disediakan oleh penyedia produk/jasa dengan tujuan konsumen dapat melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain. Fasilitas ini merujuk pada sesuatu yang disediakan oleh penyedia jasa untuk memberikan kemudahan atau kegunaan kepada orang atau kelompok. Apabila fasilitas yang disediakan cukup memadai dan memenuhi kebutuhan, maka konsumen akan merasa bahagia dan nyaman[4]. Fasilitas merupakan sumber daya dalam bentuk fisik, fasilitas merupakan suatu yang sangat penting dan harusnya terlebih dahulu ada sebelum pihak penyedia jasa memberikan penawaran kepada konsumen, contoh bentuk fasilitas adalah kondisi fasilitas itu sendiri, kelengkapan, dan desain interior serta suasana, fasilitas harusnya berkaitan erat dengan saran yang diberikan konsumen secara langsung (Tjiptono 2004:19) [5]. Dalam jasa *travel* Mutiara Bunda

fasilitas yang diberikan sangatlah beragam mulai dari transportasi yang aman dan nyaman, *free ticket* terbatas, *cashback*, destinasi wisata yang menarik dan menyediakan tempat untuk beristirahat, penanganan medis, serta dokumentasi foto maupun video selama liburan. Konsumen tidak akan segan untuk melakukan keputusan pembelian jika sebanding dengan fasilitas yang ditawarkan.

Industri *travel* mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk bepergian, baik untuk tujuan wisata maupun bisnis. Dalam konteks ini, harga menjadi variabel yang sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap keputusan konsumen dalam memilih layanan *travel*. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, yang dapat diubah dengan cepat untuk merespons perubahan permintaan dan kondisi pasar. Penetapan harga yang tepat tidak hanya mempengaruhi daya saing perusahaan *travel*, tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan kualitas layanan yang ditawarkan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), harga yang dirasa terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dapat mengurangi minat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Fluktuasi harga yang terjadi akibat faktor-faktor eksternal seperti musim liburan, biaya bahan bakar, dan kebijakan pemerintah menambah kompleksitas dalam menentukan strategi harga yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi harga dalam industri *travel* dan bagaimana strategi harga yang diterapkan dapat memengaruhi pengambilan keputusan. Dengan memahami dinamika harga ini, diharapkan perusahaan *travel* dapat mengembangkan strategi yang lebih adaptif dan kompetitif dalam menghadapi perubahan pasar.

Berdasarkan tiga faktor tersebut dapat memicu peristiwa pengambilan keputusan membeli/menggunakan suatu produk/jasa. Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti atau untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah [6]. Sehingga dengan adanya banyak pertimbangan dan pilihan yang disajikan maka konsumen dapat memilih sesuai yang dibutuhkan dan yang diinginkan untuk memuaskan hasrat konsumen.

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting dan terus berkembang di banyak negara. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam industri ini, yang dapat membantu penyedia jasa *tour and travel* seperti Mutiara Bunda untuk memahami pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Dengan persaingan yang semakin ketat dalam industri pariwisata, industri Mutiara Bunda perlu memahami apa yang membuat mereka unik dan bagaimana mereka dapat menarik pelanggan dengan menawarkan pengalaman yang berbeda. Penelitian ini dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat digunakan untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik pelanggan potensial.

Namun sebagai penyedia jasa *tour and travel* pemula masih kurang dalam kemampuan SDM serta fasilitas sesuai harga dalam memberikan pelayanan agar sesuai dengan berbagai karakteristik *customer*. Maka dengan mempertimbangkan potensi penyedia jasa *travel* dan agar mendapat inovasi baru supaya lebih baik maka peneliti mengambil judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Mutiara Bunda *Tour and Travel* Mojokerto".

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Tingkat kesesuaian antara kinerja yang dirasakan oleh pelanggan dan harapan pelanggan disebut sebagai kualitas pelayanan. Laut Zeithaml et al. (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sejauh mana layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Kualitas Pelayanan: Lima indikator menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan terdiri dari

lima indikator utama, yaitu: *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2011:184) indikator fasilitas ada 4 yaitu menyertakan beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa yaitu: Pertimbangan/Perencanaan Spasia, Perencanaan Ruangan, Perlengkapan dan Perabot serta Unsur Pendukung.

Harga

Harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya sehingga perlu bijaksana dalam menetapkan harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 324), *price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*. Dimensi Harga Menurut kotler and Keller (2016:483), harga terdiri dari empat indikator,yaitu : Keterjangkauan Harga Konsumen, Keseuaian Harga dengan Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dengan Manfaat dan Daya Saing Harga.

Pengambilan Keputusan

Menurut Robbins dan Coulter (2020), pengambilan keputusan terdiri dari sejumlah tindakan, termasuk menemukan masalah, mengumpulkan informasi, mengembangkan alternatif, melakukan evaluasi alternatif, dan akhirnya memilih solusi terbaik. Menurut Gibson dkk. (1987), terdapat tujuh tahapan dalam proses pengambilan keputusan:

1. Mengidentifikasi Masalah:
2. Mengumpulkan Informasi:
3. Mengidentifikasi Alternatif:
4. Menilai Alternatif:
5. Memilih Alternatif Terbaik:
6. Melaksanakan Keputusan:
7. Evaluasi Keputusan:

Indikator tersebut mengadopsi dari jurnal Proses Pengambilan Keputusan dalam Manajemen yang di teliti oleh Ahmad Mukhtar, dkk. Tahun 2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala *numeric* (Kuncoro,2003). Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Umar,2005). Penelitian ini menjelaskan hubungan antara memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menjelaskan serta menghitung variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan pada Mutiara Bunda *Tour and Travel*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas diperuntukkan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrument yang digunakan dalam penelitian. Data dapat dikatakan valid jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan juga nilai perbandingan antara r-hitung dengan r-tabel. Nilai r-tabel didapatkan dari tabel statistic (r-tabel) dengan jumlah responden 100 dengan signifikansi 5%.

Variabel	Item Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Sig.	Ket.
X1	X1.1	0,735	0,195	0,000	Item valid
	X1.2	0,679	0,195	0,000	Item valid
	X1.3	0,728	0,195	0,000	Item valid
	X1.4	0,545	0,195	0,000	Item valid
	X1.5	0,488	0,195	0,000	Item valid
	X1.6	0,704	0,195	0,000	Item valid
	X1.7	0,554	0,195	0,000	Item valid
	X1.8	0,637	0,195	0,000	Item valid
X2	X2.1	0,738	0,195	0,000	Item valid
	X2.2	0,763	0,195	0,000	Item valid
	X2.3	0,860	0,195	0,000	Item valid
	X2.4	0,857	0,195	0,000	Item valid
	X2.5	0,864	0,195	0,000	Item valid
X3	X3.1	0,904	0,195	0,000	Item valid
	X3.2	0,854	0,195	0,000	Item valid
	X3.3	0,875	0,195	0,000	Item valid
	X3.4	0,726	0,195	0,000	Item valid
Y	Y.1	0,596	0,195	0,000	Item valid
	Y.2	0,862	0,195	0,000	Item valid
	Y.3	0,802	0,195	0,000	Item valid
	Y.4	0,798	0,195	0,000	Item valid
	Y.5	0,805	0,195	0,000	Item valid
	Y.6	0,424	0,195	0,000	Item valid
	Y.7	0,757	0,195	0,000	Item valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, dapat diartikan bahwasanya semua instrument yang digunakan pada penelitian ini valid, karena nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 dan juga r-hitung yang lebih besar dari r-tabel.

Uji Reabilitas

Variabel	Croonbach's Alpha	Std. Reliabilitas	Ket.
Kualitas Layanan (X1)	0,777	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,872	0,60	Reliabel
Harga (Y)	0,861	0,60	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)	0,833	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil olah data SPSS, didapatkan nilai *Croonbach's Alpha* pada masing-masing variabel dari penelitian ini yang menunjukkan besaran nilainya diatas 0,60. Hal tersebut menyatakan bahwa instrument pada variabel yang digunakan pada penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.06378341
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.040
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.



Pada tabel hasil uji *one sample kolmogorov-smirnov* diatas, dapat diketahui nilai *Asymptotik Sig. (2-tailed)* pada 100 sampel penelitian adalah sebesar 0,200. Dengan nilai signifikansi 0,200 maka telah melebihi tingkat signifikansi 5% ($0,200 > 0,05$). Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data residual variabel pada penelitian ini telah terdistribusikan secara normal.

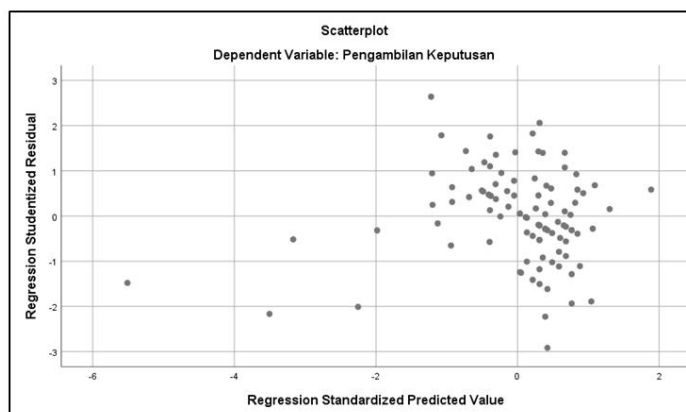
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.542	1.845
	Fasilitas	.587	1.705
	Harga	.421	2.373

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Pada tabel hasil uji *one sample kolmogorov-smirnov* diatas, dapat diketahui nilai *Asymptotik Sig. (2-tailed)* pada 100 sampel penelitian adalah sebesar 0,200. Dengan nilai signifikansi 0,200 maka telah melebihi tingkat signifikansi 5% ($0,200 > 0,05$). Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data residual variabel pada penelitian ini telah terdistribusikan secara normal.

Uji Heteroskedastisitas



Pada tabel histogram *scatterplots*, memperlihatkan sebaran residual data dalam penelitian. Dari histogram tersebut diatas dapat diketahui bahwa data pada penelitian ini telah menyebar, terlihat dari sebaran titik yang berada diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga selanjutnya perlu dilakukan uji statistik lebih lanjut untuk menjamin keakuratan hasil. Uji statistik untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Berikut adalah hasil uji glejser masing-masing variabel independen:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.997	1.622		3.080	.003
	Kualitas Layanan	-.086	.066	-.178	-1.306	.195
	Fasilitas	-.080	.074	-.141	-1.074	.285
	Harga	.108	.116	.144	.932	.354

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel *coefficients* hasil uji glejser, dapat diketahui bahwa penelitian ini telah homoskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi: variabel kualitas layanan

sebesar 0,195; variabel fasilitas sebesar 0,285, dan; variabel harga sebesar 0,354 yang mana telah lebih dari tingkat kepercayaan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini bebas dari adanya heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations	
	B	Std. Error	Beta			r	r ²
1.(Constant)	5.055	2.663		1.898	.061		
Kualitas Pelayanan	.238	.109	.220	2.191	.031	.218	.047
Fasilitas	.522	.122	.413	4.282	.000	.400	.160
Harga	.280	.190	.168	1.475	.143	.149	.022

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Berdasarkan tabel coefficients regresi diatas, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut;

$$Y = \alpha + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + e$$

$$Y = 5.055 + 0,238 + 0,522 + 0,280 + 0,05$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (pengambilan keputusan)

α = Konstanta

β_2 = Koefisien regresi (beta) variabel kualitas layanan

β_3 = Koefisien regresi (beta) variabel fasilitas

β_4 = Koefisien regresi (beta) variabel harga

e = Standar error

Persamaan diatas memperlihatkan hubungan individual variabel independen dengan variabel dependen sebagai berikut:

- Nilai konstanta 5.055 artinya jika tidak terjadi perubahan pada masing-masing variabel independen (kualitas layanan, fasilitas dan harga) atau nilai variabel independen tersebut 0 maka variabel pengambilan keputusan bernilai 5 (5,0).
- Nilai koefisien regresi kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan sebesar 0,238. Sehingga jika terjadi peningkatan nilai kualitas layanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,238.
- Nilai koefisien regresi fasilitas terhadap pengambilan keputusan sebesar 0,280. Sehingga jika terjadi peningkatan nilai fasilitas sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,522.
- Nilai koefisien regresi harga terhadap pengambilan keputusan sebesar 0,238. Sehingga jika terjadi peningkatan nilai kualitas layanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai pengambilan keputusan sebesar 0,280.

Koefisien korelasi parsial r atau r parsial menunjukkan adanya korelasi atau hubungan antara setiap variabel terikat. Berikut ini merupakan interpretasinya :

- Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan

Korelasi antara variabel X1 yaitu kualitas pelayanan terhadap Y yaitu pengambilan keputusan menunjukkan korelasi yang searah, hal itu ditunjukkan dengan nilai r parsial yang bernilai positif yaitu 0,218

- Korelasi Fasilitas Terhadap Pengambilan keputusan

Korelasi antara X2 yaitu Fasilitas terhadap Y yaitu pengambilan keputusan menunjukkan korelasi yang searah, hal itu ditunjukkan dengan nilai r parsial yang bernilai positif yaitu 0,400

3. Korelasi Harga Terhadap Pengambilan Keputusan

Korelasi antara X3 yaitu Harga terhadap Y yaitu pengambilan keputusan menunjukkan korelasi yang searah, hal itu ditunjukkan dengan nilai r parsial yang bernilai positif yang bernilai positif yaitu 0,149

Nilai Determinasi Parsial (r^2) adalah kemampuan suatu variabel dalam variabel lain diukur oleh determinasi parsial. Nilai determinasi parsial (r^2) masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan

Nilai determinasi r^2 pada variabel kualitas pelayanan X1 terhadap variabel pengambilan keputusan Y sebesar 0,047. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel X1 terhadap Y

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Pengambilan Keputusan

Nilai determinasi r^2 pada variabel fasilitas X2 terhadap variabel pengambilan keputusan Y sebesar 0,160. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel X2 terhadap Y

3. Pengaruh Harga Terhadap Pengambilan Keputusan

Nilai determinasi r^2 pada variabel harga X3 terhadap pengambilan keputusan Y sebesar 0,022. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel X3 terhadap Y.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Berikut adalah hasil perhitungan nilai t-tabel untuk 3 variabel independen dan 100 sampel penelitian:

$$t\text{-tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t\text{-tabel} = t(0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$t\text{-tabel} = t(0,025 ; 96)$$

$$t\text{-tabel} = 1,98498$$

Keterangan :

α = tingkat signifikansi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	5.055	2.663		1.898	.061
	Kualitas Layanan	.238	.109	.220	2.191	.031
	Fasilitas	.522	.122	.413	4.282	.000
	Harga	.280	.190	.168	1.475	.143

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Pada tabel hasil uji signifikansi parsial menunjukkan variabel kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.



- a. Hipotesis 1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan)
 Diketahui nilai t-hitung dari kualitas layanan sebesar 2,191 yang mana lebih dari nilai t-tabel ($t\text{-hitung } 2,191 > t\text{-tabel } 1,985$). Sementara tingkat signifikansi 0,031 kurang dari 5% ($0,031 < 0,05$). Artinya variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 yang menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan diterima.
- b. Hipotesis 2 (Pengaruh Fasilitas Terhadap Pengambilan Keputusan)
 Diketahui nilai t-hitung dari fasilitas sebesar 4,282 yang mana lebih dari nilai t-tabel ($t\text{-hitung } 4,282 > t\text{-tabel } 1,985$). Sementara tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 5% ($0,000 < 0,05$). Artinya variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan. Sehingga H_0 ditolak dan H_2 yang menyatakan variabel fasilitas berpengaruh terhadap pengambilan keputusan diterima.
- c. Hipotesis 3 (Pengaruh Harga Terhadap Pengambilan Keputusan)
 Diketahui nilai t-hitung dari harga sebesar 1,475 yang mana lebih dari nilai t-tabel ($t\text{-hitung } 1,475 < t\text{-tabel } 1,985$). Sementara tingkat signifikansi 0,141 kurang dari 5% ($0,141 > 0,05$). Artinya variabel harga memiliki tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan. Sehingga H_3 ditolak dan H_0 yang menyatakan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan diterima.

Uji Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	839.950	3	279.983	28.924	.000 ^b
	Residual	929.290	96	9.680		
	Total	1769.240	99			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
 b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan

Dari hasil perhitungan, nilai F hitung sebesar 28,924 sedangkan F tabel pada penelitian ini sebesar 2,70. Sehingga dapat disimpulkan $F\text{-hitung} > F\text{ tabel}$ ($28,924 > 2,70$) yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan, fasilitas, dan harga terhadap variabel pengambilan keputusan pada biro jasa Mutiara Bunda *Tour and Travel*. Dapat juga dilihat pada nilai signifikansi yang kurang dari 0,05.

Uji Koefisien Determinasi.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.475	.458	3.111

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Kualitas Layanan
 b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Pada tabel *model summary* atau hasil perhitungan koefisien determinasi diatas, diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,458. Nilai tersebut menunjukkan kemampuan variabel kualitas layanan, fasilitas dan harga dalam menjelaskan variabel pengambilan keputusan yakni sebesar 45,8%. Sedangkan sisanya sebesar 54,2% ($100\% - 45,8\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pengguna Jasa Mutiara Bunda *Tour and Travel* Mojokerto

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, variabel kualitas layanan diukur melalui 8 pernyataan, hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian seluruh responden terhadap variabel pengambilan keputusan terkategori baik. Pada penelitian ini hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,31 yang kurang dari 0,05. Pengujian parsial juga memperlihatkan bahwasannya nilai t-hitung > t-tabel (2,191 > 1,985). Dari hasil uji data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya terdapat hubungan parsial antara variabel kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan.

Hasil pada penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Erni Widiastuti dan Yunita Hendarti (2022) yang menyatakan bahwasannya terdapat hubungan antara kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan pengguna jasa.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pengguna Jasa Mutiara Bunda *Tour and Travel* Mojokerto

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, variabel fasilitas diukur melalui 5 pernyataan, hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian seluruh responden terhadap variabel pengambilan keputusan terkategori baik. Pada penelitian ini hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,00 yang kurang dari 0,05. Pengujian parsial juga memperlihatkan bahwasannya nilai t-hitung > t-tabel (4,282 > 1,985). Dari hasil uji data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya terdapat hubungan parsial antara variabel fasilitas terhadap pengambilan keputusan.

Hasil pada penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Elisabet Simanulang, dkk (2023) yang menyatakan bahwasannya terdapat hubungan antara fasilitas terhadap pengambilan keputusan pengguna jasa.

Pengaruh Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pengguna Jasa Mutiara Bunda *Tour and Travel* Mojokerto

Harga merupakan hal yang sangat sensitive, terutama pada sebuah layanan jasa. Harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Mutiara Bunda *Tour and Travel* menawarkan harga sesuai dengan fasilitas yang akan diberikan.

Namun, berdasarkan analisis yang telah dilakukan, variabel fasilitas diukur melalui 4 pernyataan, hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian seluruh responden terhadap variabel pengambilan keputusan terkategori baik. Pada penelitian ini hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,143 yang lebih dari 0,05. Pengujian parsial juga memperlihatkan bahwasannya nilai t-hitung < t-tabel (1,475 < 1,985). Dari hasil uji data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya tidak terdapat hubungan parsial antara variabel harga terhadap pengambilan keputusan.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menghasilkan beberapa hal berikut ini:

1. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan jasa *Tour and Travel* mutiara bunda Mojokerto.
2. Fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan jasa *Tour and Travel* mutiara bunda Mojokerto.
3. Harga terbukti tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan jasa *Tour and Travel* mutiara bunda Mojokerto.

REFERENCES

- [1] M. B. Dr. H. Abdul Karim, SE., MM, Lis Lesmini, SH., Msi, Desy Arum Sunarta, S.H., M.E, Ade Suparman, S.SI., M.Kom, Andi Ibrahim Yunus, S.T., M.T., Khasanah, S.Pd., M.Kom., M.Pd, Devi Marlita, S.E, M.M, Dr. Herie Saksono, M.Si., Nunut Asniar, SE., ME, Tania And, *Manajemen Transportasi*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- [2] M. B. Dr. H. Abdul Karim, SE., MM, Lis Lesmini, SH., Msi, Desy Arum Sunarta, S.H., M.E, Ade Suparman, S.SI., M.Kom, Andi Ibrahim Yunus, S.T., M.T., Khasanah, S.Pd., M.Kom., M.Pd, Devi Marlita, S.E, M.M, Dr. Herie Saksono, M.Si., Nunut Asniar, SE., ME, Tania And, *manajemen transportasi*. batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- [3] E. K. Alfian Sulisty Herlambang, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan),” *J. Ekon.*, vol. 7, p. 58, 2021, [Online]. Available: <https://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/view/255>
- [4] H. Z. Hadju, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA TRANSPORTASI PT.PELNI SURABAYA,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, p. 3, 2020, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3469/3485>
- [5] M. H. Maaniya Tamama, Rois Arifin, “Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sarijan Coffee 2,” *Ris. Manaj. PRODI Manaj.*, p. 142, [Online]. Available: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/4636/4210>
- [6] M. S. Dr. Harbani Pasolong, *TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN*, Pertama. bandung: ALFABETA, 2023. [Online]. Available: <http://repository.poliupg.ac.id/id/eprint/292/3/Untitled.pdf>