

ANALISI PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN DAYA TARIK LOKASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA RUMAH RETRET TIRTARIA PONTIANAK

Natalius Anen

Nataliusanen273@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan konsumen dan daya tarik lokasi terhadap minat menggunakan jasa rumah retreat tirtaria pontianak. Penelitian ini menggunakan bentuk kausalitas dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan *rating scale* dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 22. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, tidak berpengaruh secara signifikan dan simultan sedangkan pada variabel kepercayaan konsumen, daya tarik lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan jasa.

KATA KUNCI: Kualitas layanan, Kepercayaan Konsumen Dan Daya Tarik Lokasi Terhadap Minat Menggunakan Jasa

PENDAHULUAN

Rekreasi dan hiburan pada dasarnya merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Meskipun rekreasi dan hiburan termasuk kebutuhan sekunder, namun kegiatan ini sangat membantu seseorang untuk melupakan masalah-masalah yang ada di dalam kehidupan sehari-hari rutinitas harian yang padat tentu membutuhkan rekreasi dan hiburan untuk dapat menyegarkan kembali jasmani dan rohani. Rekreasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyegarkan kembali jasmani dan rohani. Sektor pariwisata dan rekreasi merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan menuntut perusahaan bersaing lebih kreatif dan inovatif hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, dan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menghasilkan adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap

perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Semakin bertambah pesatnya persaingan membuat perusahaan lebih ketat dalam mempertahankan pelanggan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk atau jasa yang dihasilkannya, karena kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama perusahaan perusahaan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan yang berkualitas, dan yang diinginkan oleh pelanggan/ konsumen.

Kualitas layanan merupakan sebuah strategi yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan (<http://repository.stimart-amni.ac.id>). Bagi pelaku bisnis memberikan layanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru, layanan merupakan komponen nilai pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses (<https://media.neliti.com>) Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang di sampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan (<https://Journal.Unnes.ac.id>). Kualitas layanan merupakan kunci utama setiap perusahaan untuk tetap menjalin hubungan baik dengan pelanggan (<https://komerce.id>). Dengan adanya kualitas layanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen maka rumah retreat tirtaria pontianak juga harus selalu memberikan pelayanan yang baik agar para konsumen merasa senang menggunakan tempat ini, dan mereka merasa percaya dengan kualitas layanan yang di berikan oleh rumah retreat ini, rumah retreat tirtaria ini akan selalu berusaha membangun kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin untuk membangun kepercayaan konsumen tersebut tempat ini selalu memberikan pelayanan yang terbaik mereka agar konsumen selalu merasa percaya dengan tempat ini.

Kepercayaan pelanggan merupakan merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan. Semakin banyaknya persaingan usaha jasa, salah satunya jasa rekreasi maka pelanggan harus pandai dalam memilih tempat yang di anggap aman dan nyaman (<http://repository.unmuhjember.ac.id>). Kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan jasa diperoleh jika perusahaan tersebut memiliki citra dan penilaian baik dimata pelanggan (S. Wicaksono 2020), (<https://ojs.uajy.ac.id>). Jika konsumen merasa nyaman dan senang melakukan rekreasi di tempat tersebut maka

konsumen akan balik lagi ditempat tersebut untuk melakukan rekreasi lagi, biasanya para konsumen yang melakukan rekreasi di rumah retreat tirtaria ini mereka akan lebih cenderung ingin menggunakan tempat tersebut lagi, dan biasanya para ibu ibu mereka akan melakukan promosi dengan cara berbicara melalui mulut ke mulut melakukan promosi kepada teman teman atau sahabat mereka, tentang tempat rekreasi, tempat pertemuan, yang di anggap nyaman dan cocok untuk mereka melakukan pertemuan dan rekreasi. Selain dengan memberikan kepercayaan kepada setiap konsumen yang datang di tempat ini tempat ini juga harus selalu tetap menjaga keindahan lokasi, atau tempat ini agar selalu tetap menarik dimata konsumen yang berkunjung dirumah retreat tirtaria pontianak ini agar tetap selalu memiliki daya tarik lokasi tersendiri, banyak para konsumen yang merasa tertarik dengan lokasi ini karena tempat ini memiliki keunikan tersendiri, dimana lokasi yang berada di tengah kota tetapi masih memiliki hutan dan kayu kayu yang besar ini menjadi daya tarik tersendiri dari tempat ini.

Daya tarik lokasi adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (<http://repo.darmajaya.ac.id>). Daya tarik lokasi dan Suasana penginapan yang nyaman dan lingkungan sekitar yang sejuk dan adem di kelilingi pohon pohon dan hutan yang masih tersedia membuat suasana menjadi lebih nyaman dan udara yang segar serta kicauan burung burung yang masih terdengar membuat suasana menjadi semakin eksotis dan membuat para pengunjung merasa betah dan nyaman, karena suasana alamnya yang masih asri dan udaranya masih terasa segar menjadi salah satu daya tarik bagi para pengunjung dan para tamu rekreasi menjadi merasa tempat ini memiliki salah satu daya tarik yang unik, ditambah lagi dengan beberapa fasilitas yang tersedia seperti kolam renang yang tersedia di lingkungan penginapan rumah retreat irtaria ini menjadi salah satu daya tarik yang eksotis, karena menampilkan dua suasana yang menarik yang pertama itu suasana alamnya yang masih asri dan sejuk, ke dua suasana daya tarik kolam renang nya yang menggabungkan kombinasi antara suasana alam dan perkotaan yang di padukan menjadi satu sehingga menjadi satu kesatuan yang unik

dan menarik bagi para pengunjung (www.majalahduta.com) .Selain dengan memberikan kualitas layanan yang baik, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen dengan tempat ini serta lokasi yang unik dan menarik di tengah perkotaan tempat ini juga dapat meningkatkan minat berkunjung atau minat konsumen untuk melakukan rekreasi di tempat ini kembali, untuk menumbuhkan minat menggunakan jasa ini kembali harus melakukan kualitas layanan yang baik serta tetap menumbuhkan kepercayaan mereka supaya konsumen tetap mempercayai tempat ini dan tetap melakukan pembelian ulang terhadap jasa tempat ini.

Minat menggunakan jasa (minat beli) merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan atas pengalaman dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh barang atau jasa, serta cenderung dilakukan secara berkala (<https://eprints.umm.ac.id>). Dengan pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa, akan menimbulkan kesan positif dan konsumen akan melakukan pembelian ulang (<https://eprints.umm.ac.id>). Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang (<http://digilib.unisby.ac.id>). Minat menggunakan jasa (minat beli jasa) dapat didefinisikan sebagai kecenderungan keadaan pola pikir seseorang terhadap manfaat produk maupun jasa untuk memilih menggunakan produk jasa tertentu (<https://dspace.uui.ac.id>).

Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini bersama dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi. Apalagi kebisingan dan terjadinya polusi dikota membuat manusia ingin mencari suasana yang lebih tenang dan jauh dari kegaduhan daerah yang di tuju adalah tempat tempat rekreasi tempat tempat rohani yang bisa membuat mereka menjadi tenang dan damai kini banyak tempat tempat rekreasi dan rohan yang menjadi tujuan mereka.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila fungsinya atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan (Suryono, 2012). Kualitas layanan merupakan salah satu strategi yang diciptakan oleh perusahaan. Sehingga kualitas layanan merupakan bagaian dari perilaku atau penilaian pelanggan pada saat menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut. Menurut lestari (2019) menerangkan kualitas layanan yang diterima konsumen dinyatakan sebagai besarnya perbedaan antara harapan atau kegiatan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas layanan menurut pendapat parsuraman lestari (2019) yaitu sebuah perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi dari pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan pelanggan (*expected service*). Pengaruh *Service Quality dan Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Klinik Kecantikan Clarice, Soko Mojokerto). Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, minat menggunakan jasa memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dan minat menggunakan jasa menjadi perantara pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen pada Klinik Clarice, Soko Mojokerto.

H₁ : terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap minat menggunakan jasa rumah retreat tirtaria pontianak

2. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan menurut Barnes adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Chulaifi & Setyowati 2018). Kepercayaan adalah hal yang penting yang harus dimiliki antara konsumen dan penjual. *Trust* atau kepercayaan adalah dasar dari sebuah bisnis, di mana sebuah transaksi bisnis akan terjadi apabila terdapat kepercayaan di antara masing-masing

pihak. Kepercayaan tersebut tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi harus dibangun sejak awal. Kepercayaan ini juga merupakan penggerak dalam suatu hubungan yang efektif (Veno & Subagio, 2013: 4). Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati (Kotler & Keller, 2012: 203). Kepercayaan ini melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen & Minor 2012, p. 312). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Minat Menggunakan Jasa Kereta Api . Hasil penelitian yang dilakukan oleh Desi susanti 5 mei 2017, menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa transportasi kereta api kelas ekonomi. Kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa transportasi kelas ekonomi. Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi kereta api kelas ekonomi.

H₂ : Terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap minat menggunakan jasa rumah retret tirtaria pontianak

3. Daya Tarik Lokasi

Daya tarik merupakan suatu keinginan yang muncul dari diri seseorang terhadap sesuatu, yang dimana hal ini tentang perilaku konsumen yang berarti keinginan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang atau jasa (sc.syekhnurjati.ac.id). Fendy Tjiptono dan Pandi Afandi mengatakan daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan penjual untuk diperhatikan. Jadi daya tarik berarti keinginan individu terhadap barang atau jasa untuk dimiliki. Daya tarik timbul biasanya karena rasa senang, partisipasi, pengalaman, dan kebiasaan. Daya tarik adalah kecenderungan jiwa seseorang terhadap sesuatu dan biasanya diikutidengan rasa senang. Lokasi merupakan letak dimana sebuah perusahaan

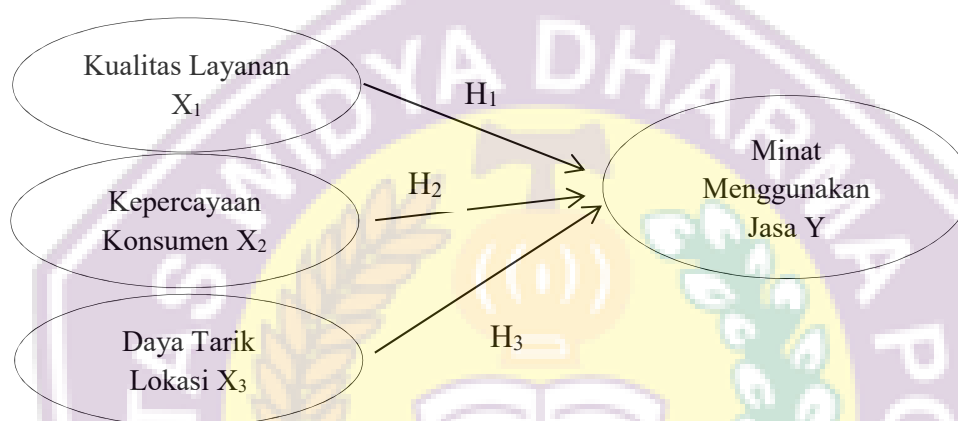
berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang berdasarkan pendapat dari Abubakar (2018:60). Ratih Hurriyati (2015:57) menyatakan bahwa pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor seperti Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir yang luas dan aman, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan dan Peraturan pemerintah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan A R (2012) menyimpulkan bahwa daya tarik lokasi dan alam dan berupa arsitektur bangunan, budaya memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap minat menggunakan jasa. Semakin tinggi Daya Tarik lokasi Semakin Tinggi minat menggunakan jasa. (Sopyan, 27 Maret: 2015) dengan judul nsebagai berikut Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan minat menggunakan jasa Sebagai Variabel Intervening (Studi Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel minat mennggunakan jasa berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang (hipotesis 1 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (hipotesis 2 diterima), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan jasa (hipotesis 3 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ulang jasa (hipotesis 4 diterima), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang pengunjung (hipotesis 5 diterima).

H₃ : Terdapat pengaruh positif dayak taraik lokasi terhadap minat menggunakan jasa rumah retret tirtaria pontianak.

4. Minat Menggunakan Jasa

Minat Dalam kamus bahasa Indonesia minat merupakan perhatian, kegemaran, kecenderungan, kesukaan. Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, bahwa: Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Menurut Hellier et al., (2015 : 32) Minat beli merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan atas pengalaman dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh barang atau jasa, serta cenderung dilakukan

secara berkala. Dengan pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa, akan menimbulkan kesan positif dan konsumen akan melakukan pembelian ulang. Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu berdasarkan pendapat dari Cronin, et.al dan Faradisa, (2016). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hasil dari pengalaman membeli sebelumnya sangat berpengaruh dengan pembelian selanjutnya. Jika pada pembelian pertama mendapatkan hasil yang memuaskan, konsumen akan mengalami minat pembelian ulang atau selanjutnya.



Sumber: data Olahan 2022

Gambar 1
Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Metode kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tiga variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, (Sugiyono, 2016:55). Bentuk penelitian yang digunakan adalah metode kausalitas dengan tujuan untuk meneliti hubungan variabel kualitas layanan terhadap minat menggunakan jasa. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat analisis *Stastical Package for Social Sciences* (SPSS) 22. SPSS adalah suatu program khusus pengolahan data untuk analisis statistik. Untuk pengolahan data kuesioner penulis menggunakan *rating scale*. *Rating Scale* yang digunakan dimulai dari angka indeks 10 sampai 100. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simulutan (Uji F)

menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan konsumen dan daya tarik lokasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan jasa.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepercayaan konsumen dan daya tarik lokasi terhadap minat menggunakan jasa rumah retret tirtaria pontianak. Oleh karena itu, penulis perlu mengetahui dan menganalisis tanggapan responden terhadap masing masing indikator untuk variabel yang diukur dalam penelitian ini yang ditunjukkan pada tabel 1 berikut ini.

TABEL 1.1
HASIL ANALISI JAWABAN RESPONDEN

INDIKATOR	BOBOT JAWABAN	INDEKS JAWABAN %	RATA-RATA
Tangibele	801	80,1	80,6
Reliability	800	80,0	
Responsiveness	806	80,6	
Assurance	818	81,8	
Emphaty	814	81,4	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel kualitas layanan			
Intergritiy	788	78,8	80,14
Intergritiy	796	79,6	
Benevolence	812	81,2	
Competance	774	77,4	
Competance	837	83,7	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel kepercayaan konsumen			
Keamanan disekitar lokasi terjamin	801	80,1	79,43
Keamanan disekitar lokasi terjamin	800	80,0	
Arus lalu lintas menuju lokasi lancar	758	75,8	
Kondisi lingkungan yang nyaman	818	81,8	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel daya tarik lokasi			
Rencana mengunjungi kembali	801	80,1	79,53
Rencana mengunjungi kembali	779	77,9	
Minat referensi kunjungan	779	77,9	
Minat preferensi	822	82,2	
Kesimpulan: Rata rata responden memberikan persepsi yang sedang terhadap variabel minat menggunakan jasa			

Hasil uji statistik

Permasalahan yang diteliti bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan, kepercayaan konsumen dan daya tarik lokasi terhadap minat menggunakan jasa pada rumah retreat tirtaria pontianak penulis menggunakan program olah data SPSS versi 22 dalam melakukan pengujian terhadap data yang diperoleh untuk mempermudah pengolahan data, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuan menggunakan program tersebut adalah untuk membantu penulis lebih mempermudah menganalisis data tersebut. Berikut ini adalah hasil uji statistik terhadap masing masing indikator dan variabel

TABEL 1.2
HASIL UJI STATISTIK

Uji Validitas			
X1.1=874	X2.1=881	X3.1=872	Y1.1=860
X1.2=857	X2.2=814	X3.2=872	Y1.2=925
X1.3=754	X2.3=787	X3.3=783	Y1.3=850
X1.4=792	X2.4=230	X3.4=815	Y1.4=068
X1.5=004	X2.5=247		
Uji Rentabilitas			
Kualitas layanan (X_1) = 659			
Kepercayaan Konsumen (X_2) = 516			
Daya Tarik Lokasi (X_3) = 856			
Minat Menggunakan Jasa (Y) = 617			
Uji Normalitas			
Nilai Kolmogorov-Smirnov Asymp. Sig (2-tailed) sebesar			0,200
Uji Multikolinearitas			
Nilai Tolerance: X_1, X_2, X_3			0,663; 0,411; 0,466
Nilai VIF = X_1, X_2, X_3			1.508; 2.417; 2.132
Uji Heterokedastisitas			
$X_1 = 0,244;$ $X_2 = 0,259;$ $X_3 = 0,125$			
Uji Autokorelasi			
$dU < DW < 4 - dU$			$1,7360 < 1,624 < 2,6363$
Uji korelasi $X_1 = 0,482;$ $X_2 = 0,688;$ $X_3 = 0,679$			
Uji Keofesien Determinasi (R)			
R square			548
Uji Regresi Linear Berganda			
$Y = 0,085X_1 - 0,294X_2 + 0,336X_3$			
Uji F			
F_{hitung}			38.732
Sig			0,000
Uji T Sig (2-tailed):			
$X_1 = 2,71;$ $X_2 = 0,01;$ $X_3 = 0,00$			

PENUTUP

Berdasarkan hasil hipotesis dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan hasil hipotesisnya pada uji T tidak diterima dan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa, untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, Yunita Sari(2016) juga memperoleh hasil penelitian yang sama yaitu tidak berpengaruh juga, namun justru berbeda dengan variabel kepercayaan dan daya tarik lokasi justru berpengaruh positif dan signifikan, alasan mengapa variabel kualitas layanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh, alasannya adalah kualitas layanan yang dilakukan oleh rumah retreat memang sudah bagus dan sudah standar dimana mana pelayanan pada rumah retreat memang seperti itu dan konsumen tidak terlalu mempermasalahkannya namun justru terdapat variabel lain berpengaruh yang membuat konsumen merasa tertarik yaitu variabel kepercayaan dan daya tarik lokasi. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 44039 yang pernah menggunakan dan menginap di tirtaria, namun sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 responden sehingga belum dapat menggambarkan secara keseluruhan kondisi rumah retreat tirtaria. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel sehingga tidak mencakup seluruh studi pemasaran.

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah rumah retreat tirtaria dapat menerapkan strategi dengan meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik lagi yaitu dengan inovasi layanan yang up to date dan melayani semua segmen masyarakat agar tirtaria tetap selalu dikenal orang, selain itu rumah retreat tirtaria juga dapat tetap menjaga kepercayaan konsumen dan pelanggan yang telah menjadi pelanggan setia di tempat ini. Saran yang penulis berikan kepada peneliti selanjutnya adalah diharapkan agar menggunakan lebih banyak responden untuk penelitian dimasa depan dan diharapkan untuk melakukan pengamatan yang lebih komprehensif dan mendalam fenomena yang diteliti dengan cara menambahkan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Yusuf 3 1,2,3Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia Corresponding Author
- Afrinda Khoirista. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 No. 2 Agustus 2015 Administrasi Bisnis.Student Journal.Ub.Ac.Id
- Alma, Buchari. "Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa". Bandung. Edisi Revisi. Alfabeta. 2005
- Atika Zahra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017),
- Dinamika Ekonomi Dan Bisnis 8(1): 67-78. Ghazali, I. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Dwifebri, Anastasia, 2006, "Analisis Strategi Diferensi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli (Studi Kasus Pada Patra Convention Hotel)".
- Eka Kesuma1 , Amri2 , M.Shabri3 1) Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. 2,3) Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala [Eprints.Umm.Ac.Id/57566/](https://eprints.umm.ac.id/57566/)
- Farah Diza. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado) .Jurnal EMBA 109 Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 109-119
- Frizky Yuniarta. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (The Effect Of Trust And Service Quality To Customer Loyalty Users Delivery Service Package In PT. JNE Express Branch Jember With Satisfaction As Intervening Variables). E-Journal Ekonomibisnis Dan Akuntansi, 2019, Volume VI (1)
- Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 5, Mei 2017 E-ISSN : 2461-0593
- Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi. Bandung: PT REMAJA ROSDIKARYA. 2007 Hal :51[eprints.Undip.Ac.Id/45803/](https://eprints.undip.ac.id/45803/)
- Kevin Karunia Yusuf - Program Studi S1 Ilmu Komunikasi *Tandiyo Pradekso* - Program Studi S1 Ilmu Komunika Pengaruh Terpaan Iklan Dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)
- KOLEGIAL – Vol.6, No.2. Desember 2018 P-ISSN 2088-5644; E-ISSN 2614-008X
- Liana Sekar Ayuningtyas1 & Hari Susanta Nugraha2 1,2Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia 1Email: Lianasekar2@gmail.com [Http://Sosains.Greenvest.Co.Id](http://Sosains.Greenvest.Co.Id)

Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis ISSN 2579-6224 (Versi Cetak) Vol. 4, No. 2, Oktober 2020 : Hlm 330-342 ISSN-L 2579-6232 (Versi Elektronik)

Muhammad Ghiffari Eka Wiguna¹ Email : 1 Ekaghiffari@Gmail.Com, 2 Sekarocta15@Gmail.Com Dan 3abdul.Yusuf@Staff.Unsika.Ac.Id

Muhammad Isa, ST, MM Dan Azwar Hamid, M.A. Harga; Promosi; Minat Masyarakat

Nanang Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (Ppi) Morodemak". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, H. 41-62

Nanang Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (Ppi) Morodemak". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, H. 41-62

Ni Made Dwi Widya Kencana Wati 1,I Gusti Ayu Imbayani², Pande Ketut Ribek³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mahasarakswati Denpasar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Prodia Widyahusada

Novanda Crysma Terrasista 1 , Helena Sidharta 2Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Citraland CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep Surabaya, Indonesia –60219 E-Mail: Its.Novandacrysma@Gmail.Com 1; Helena@Ciputra.Ac.Id

Prof. Agusty Ferdinan, DBA. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponogoro, Metode Penelitian Manajemen, Edisi 5. Seri Pustaka Kunci 12/2014. UNDIP PRESS ISBN: 979 – 704 – 254 – 5

Zahriatul 'Aini – Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty Perbankan Syariah