

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN *CUSTOMER COMPLAINT*
TERHADAP PENDAPATAN LIMBAH DAN IRIGASI
PT. PENGEMBANGAN PARIWISATA INDONESIA (PERSERO)**

**Kadek Budiarta¹
Gede Sujana Budiasa²**

^{1,2}Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: kadexbudix@yahoo.com/ telp: +62 81236260555

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan *customer complaint* terhadap pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) serta untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan limbah dan irigasi melalui *customer complain* pada PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero). Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel yang dipilih adalah 40 orang pelanggan yang menggunakan jasa pengolahan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Model (SEM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan ternyata tidak signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi. Variabel kepuasan pelanggan ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaint*. Variabel *customer complaint* ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi. *customer complaint* adalah variabel laten yang terbukti berfungsi menjadi pemediasi untuk konstruk kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, *customer complaint*, pendapatan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of customer satisfaction and customer complaints on waste and irrigation income PT. Development of Tourism Indonesia (Persero) as well as to analyze the effect of customer satisfaction on waste and irrigation revenue through customer complain at PT. Tourism Development of Indonesia (Persero). Data used primary data. The selected sample is 40 customers who use waste treatment and irrigation service of PT. Tourism Development Indonesia. The analysis technique used is Structural Equation Model (SEM) analysis. The result shows that customer satisfaction is not significant to waste and irrigation income. The variable of customer satisfaction turned out to have a positive and significant impact on customer complaint. Customer complaint variable has positive and significant impact on waste and irrigation income. customer complaint is a latent variable that proves to function as a mediator for customer satisfaction constructs.

Keywords: customer satisfaction, customer complaint, income

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata di Bali mampu menggerakkan sektor-sektor yang mempunyai keterkaitan langsung dengan industri pariwisata seperti sektor industri pengolahan, hiburan, perdagangan, hotel dan restoran yang dapat meningkatkan penerimaan pendapatan. Menurut Spillane (1994: 47), industri pariwisata yang memegang peranan penting dalam perekonomian di suatu negara, yaitu dalam penciptaan dan perluasan lapangan pekerjaan, sumber cadangan devisa dan distribusi pembangunan. Keberadaan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata juga mampu mempercepat proses pembangunan daerah (Yasa dan Sudarsana, 2015). Perkembangan pariwisata juga mampu mempercepat proses pertumbuhan.

Investasi dalam sector pariwisata memberikan pertumbuhan ekonomi yang lebih bermanfaat kepada kaum miskin (Yusuf dan Summer, 2015). Invesatsi akan memberi dampak yang positif bagi pembagunan ekonomi suatu daerah (Taufik dkk., 2014). Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan menanggulangi kemiskinan, salah satu upaya yang efektif yaitu dengan memperbaiki pertumbuhan ekonomi setiap tahunnya (Silva dan Sumarto, 2014). Dengan terbukanya lapangan usaha dalam bidang pariwisata maka pengangguran akan berkurang dan secara langsung dapat menurunkan tingkat kemiskinan (Sirait, 2013). Lebih lanjut Wirawan (2015) menjelaskan bahwa lokasi usaha akan berdampak terhadap pendapatan. Oleh karena itu maka keberdaan sektor pariwisata akann menjadi lahan pemasaran yang baik bagi masyarakat. Perkembangan setor

pariwisata diharapkan dapat menjadi salah satu kunci untuk mengurangi ketimpangan pembangunan antar daerah (Faauzi, 2016).

Pendapatan adalah tingkat penghasilan yang diperoleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Rahayu, 2013). Pendapatan dapat dibedakan menjadi pendapatan individu dan pendapatan perusahaan atau organisasi. Pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan akan sangat ditentukan oleh tingkat pendidikan SDM (Kurniawan, 2016). Hal senada juga dinyatakan Suputra (2016) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan pekerja akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Pembangunan sumber daya manusia perlu diperhatikan agar dapat menggunakan peluang yang ada untuk mempertahankan perekonomian tetap tumbuh (Hukom, 2014). Dalam membangun suatu bisnis lokasi usaha haruslah diperhatikan (Putri, 2017). Salah satu perusahaan jasa di Bali yang bergerak dalam industri pariwisata adalah PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

PT. (Persero) Pengembangan Pariwisata Indonesia (PT.PPI) atau *Indonesia Tourism Development Cooperation (ITDC)* merupakan perusahaan yang mengolah limbah dan irigasi di kawasan perhotelan yang terletak di Kelurahan Bena, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. PT. (Persero) Pengembangan Pariwisata Bali (PT. PPB) dulunya yang lebih dikenal dengan nama PT. BTDC (*Bali Tourism Development Cooperation*) telah berganti nama berdasarkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No: AHU-15415.AH.01.02 tahun 2014 tentang persetujuan perubahan anggaran dasar perseroan menjadi PT. (Persero) Pengembangan Pariwisata Indonesia (PT.PPI

atau ITDC). Perkembangan sektor industri pariwisata yang pesat di Bali saat ini akan berefek kepada terjadinya peningkatan pendapatan, khususnya dalam pengolahan limbah dan irigasi. PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang pengembangan kepariwisataan, yang mengelola kawasan pariwisata Nusa Dua seluas kurang lebih 350 Hektar terdiri dari hotel, restaurant, tempat perbelanjaan, tempat rapat (*compention center*) dan sarana pendukung lainnya yang bertaraf Internasional telah mengolah limbah cair dan irigasi yang dihasilkan dari adanya sarana pariwisata. Perkembangan tingkat pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan tingkat pendapatan limbh dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero)

Th.	Pendapatan Limbah dan Irigasi (Juta Rupiah)											
	Jan	Peb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des
2013	561	631	653	412	755	91	718	1,139	1,208	6,961	7,529	8,190
2014	515	501	606	629	903	1,246	1,251	1,210	1,378	1,379	1,010	798
2015	765	749	744	853	1,165	1,207	1,210	1,348	921	1,209	986	893

Sumber: PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 2015

Berdasarkan Tabel 1 tingkat pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) setiap bulannya dari tahun 2013 sampai 2015 cukup berfluktuasi. Pendapatan tertinggi tahun 2013 adalah di bulan Desember yaitu sebesar 8,190 juta rupiah dan terendah di bulan Juni yaitu sebesar 91 juta rupiah. Kemudian di tahun 2014 pendapatan tertinggi terjadi di bulan Oktober yaitu sebesar 1,378 juta rupiah. Sedangkan di tahun 2015 pendapatan tertinggi di bulan Agustus yaitu sebesar 1,348 juta rupiah dan pendapatan terendah Maret yaitu sebesar 744 juta rupiah. Berfluktuasinya pendapatan limbah

dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) disebabkan oleh terjadinya perubahan jumlah kunjungan tamu hotel dan restoran serta perubahan jumlah pelanggan.

Salah satu faktor yang diindikasikan mempengaruhi pendapatan PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) adalah kepuasan pelanggan. Wahayudin (2001), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dengan harapannya. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Hal ini menyebabkan hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Oliver, 1999).

Pada jangka waktu yang panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan

merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan pada pelanggan.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya. Pada satu sisi perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan dan pada satu sisi yang lain perusahaan juga harus memiliki kemampuan menghasilkan laba (Kabyanski, 2012). Tidak mungkin perusahaan mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya dan memperoleh laba yang maksimum secara bersama-sama. Ketika perusahaan lebih memfokuskan kepada kepuasan pelanggan, maka kemungkinan perusahaan tersebut tidak mampu menghasilkan laba yang maksimum, akan tetapi hal ini berkomplikasi terhadap eksistensi dan perkembangan perusahaan. Kenyataan di lapangan dan secara teori meninginkan agar kedua hal tersebut harus dicapai secara stimulan dalam upaya peningkatan pendapatan perusahaan (Danendra Putra dan Sudirman. 2015). Pada PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) tentunya kedua hal ini dijalankan secara terintegrasi untuk meningkatkan laju perkembangan perusahaan.

Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali (Homburg, 2001). Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang royal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan

pindah ke perusahaan lain. Musanto (2004), menyatakan lebih mudah untuk mendapatkan *current customer* daripada untuk mendapatkan seorang *customer* baru. Ini berarti bahwa perusahaan lebih mudah mempertahankan *current customer*, karena telah kenal dan mengetahui serta telah mengevaluasi kinerja produk atau jasa perusahaan (Guntur, 2013).

Menurut Dick (1994), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan tingkat pendapatan, terlebih untuk perusahaan yang bergerak dalam usaha jasa. Sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bias menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Menurut Tjiptono (1997), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang yang akan berdampak kepada tingkat pendapatan yang dihasilkan perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-word*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Babin, 2005).

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan semakin besar. Persaingan yang semakin ketat, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing. Dalam melakukan persaingan maka pengusaha tetap harus memperhatikan aturan

persaingan (Ashcroft , 2008). Hasil peneitian Assaisi (2008) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh perusahaan. Hasil searah juga dinyatakan oleh Aji (2011) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan menjadikan pelanggan tersebut loyal terhadap perusahaan sehingga akan berdampak kepada perolehan pendapatan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Faktor lain yang diindikasikan mempengaruhi pendapatan pengolahan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) adalah *customer compalin*. Menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan (*customer complaints*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan. Menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan (*customer complaints*) biasanya dikarenakan masalah-masalah seperti lemahnya tanggung jawab (*responsiveness*), lemahnya pertolongan dari staf perusahaan (*helpfulness*), ketersediaan produk (*product availability*), kebijakan toko/perusahaan (*store policy*), serta perbaikan pelayanan (*service recovery*).

Komplain diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu (Chandra, 2013). *Chartered management Istitute* mendefinisikan komplain sebagai suatu ungkapan kurang puas akan produk atau pelayanan baik lisan maupun tulisan dari pelanggan internal dan eksternal (LAN, 2005). Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok,

dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2006).

Perilaku komplain konsumen adalah sebuah fenomena sangat penting yang harus dipahami oleh pimpinan karena dampaknya berhubungan langsung dengan konsumen. Komplain dari konsumen tidak selalu negatif karena komplain dari konsumen merupakan wujud perhatian mereka pada produk atau jasa dari perusahaan (Disney, 1999). Konsumen yang melontarkan komplain bukan berarti bahwa mereka tidak menyukai produk dan jasa perusahaan, tetapi bisa jadi karena mereka sangat menyukai produk tersebut sehingga mereka berharap dengan komplain itu produk dan jasa perusahaan bisa semakin bermutu. Dengan penyikapan yang benar pada respon konsumen sebuah perusahaan jasa maupun produksi akan bisa lebih memahami keinginan konsumen dan memuaskan keinginan mereka yang berarti akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu komplain juga memberikan wawasan bagi manajer maupun perusahaan untuk mengidentifikasi masalah yang dialami konsumen, meningkatkan layanan yang lebih memuaskan dan berkualitas, membantu perencanaan strategis, dan terutama untuk memahami apa yang dirasakan oleh konsumen sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan perolehan pendapatan.

Zemke dan Bell (1990) mengatakan bahwa komplain memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menerima permintaan maaf dari perusahaan, menawarkan solusi dari sebuah masalah, diperlakukan dengan sopan dimana konsumen merasa komplainnya dihargai, dan menawarkan beberapa nilai tambah

sebagai ganti rugi atas pelayanan yang buruk. Menurut Rust *et al.* (1996) serta pendapat Tax & Brown (1998), menyatakan bahwa konsumen yang tidak puas haruslah didorong untuk komplain karena jika konsumen tidak puas dan tidak mau melakukan tindakan komplain, maka yang akan dilakukannya adalah henggang dari perusahaan dan otomatis perusahaan akan kehilangan konsumennya.

Hanya sedikit dari pelanggan atau customer yang tidak puas yang mau memberi komplain kepada organisasi. Sisa lainnya tidak akan kembali lagi untuk melakukan daya beli ulang ke perusahaan tersebut. Selanjutnya konsumen yang merasa tidak puas akan secara tipikal menceritakan pengalaman tersebut kepada delapan sampai sepuluh orang dengan cara dari mulut ke mulut. Salah satu penyebab *customer* tidak mau komplain adalah sulitnya untuk melakukan komplain, sebab untuk melakukan komplain *customer* harus mengungkapkan emosinya. Masalah umumnya karena manusia cenderung sulit untuk berbagi perasaan pada orang lain yang belum dikenalnya. Bahkan di negara yang sudah maju sekalipun, masyarakat juga enggan untuk mengungkapkan komplainnya langsung ke perusahaan. Alasan kedua yaitu karyawan tidak mendorong munculnya komplain atau *feedback* dari *customer*. Hal ini terjadi karena banyak karyawan yang kurang tanggap dalam mendengarkan komplain.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah 1) untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 2) untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *customer complaint* pada pengolahan limbah PT.

Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 3) untuk menganalisis pengaruh *customer complaint* terhadap pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 4) untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan limbah dan irigasi melalui *customer complaint* pada PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yang bersifat asosiatif kausalitas (Rahyuda,dkk 2004:7). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan *customer complain* terhadap pendapatan limbah dan irigasi di PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero). Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Model (SEM)*. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (persero) di Nusa Dua, Bali. Objek penelitian terdiri dari kepuasan pelanggan, *customer complain* dan pendapatan limbah dan irigasi dan pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) periode 2015.

Variabel Eksogen adalah variabel yang hanya berfungsi sebagai variabel bebas atau dimana dalam diagram jalur hanya mengirim anak panah. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (X1). Menurut Wahdi (2006:15) menyatakan bahwa penilaian kepuasan konsumen mencakup hubungan (*relationship*), kenyamanan pelayanan (*amenities*), kebebasan memilih (*choise*), pengetahuan dan kompetensi teknis (*scientific knowledge and technical skill*), efektivitas pelayanan (*effectiveness*) dan keamanan tindakan (*safety*).

Variabel Endogen adalah variabel yang hanya berfungsi sebagai variabel terikat dimana dalam penelitian ini adalah Pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero). Pendapatan (Y1), merupakan penghasilan yang diperoleh PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) pada periode tertentu, yang diukur dalam satuan rupiah/tahun. Dalam penelitian ini pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan limbah dan irigasi.

Variabel intervening adalah variabel yang memediasi hubungan suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen (Suyana Utama, 2008:156). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *customer complaint*. Keluhan pelanggan (Y2) adalah umpan balik (feedback) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan. Menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan diukur dengan kualitas pelayanan, keandalan dan jaminan.

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan untuk mendukung analisis ini adalah data kuantitatif merupakan data yang dihasilkan berupa angka dan dapat dihitung (Sugiyono, 2013:13). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada responden penelitian (Sugiyono, 2013:14). Data sekunder dalam penelitian ini meliputi kepuasan pelanggan, *customer complain* dan pendapatan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:115). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengolahan limbah dan irigasi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang pelanggan yang menggunakan jasa pengolahan limbah dan irigasi (PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia, 2016).

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 116). Sampel hendaknya mewakili populasi yang jumlahnya lebih kecil dari populasi akan tetapi menggambarkan keadaan sebenarnya dari populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi bila pemilihannya dengan pendekatan yang tepat (Sugiyono, 2013).

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Sampel Jenuh*. Metode sampel jenuh adalah suatu metode pengambilan sampel dengan menggunakan seluruh populasi sebagai responden penelitian (Sugiyono, 2013: 122). Metode ini dipilih karena jumlah populasi dalam penelitian ini ukurannya cukup kecil yaitu hanya ada 40 perusahaan yang menjadi pelanggan yang menggunakan jasa pengolahan limbah dan irigasi pada PT. pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan kuisisioner. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin

mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya relatif sedikit/kecil (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pelanggan yang menggunakan jasa dari PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

Kuesioner survei, pertanyaan penelitian dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui suatu kuesioner (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini pengisian kuesioner di lakukan oleh peneliti dari hasil pertanyaan dalam kuesioner yang ditanyakan secara langsung terhadap responden. Kuesioner disebarlan langsung kepada pelanggan yang menggunakan jasa dari PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model (SEM)*. Structural equation model (SEM) adalah model yang dibangun berdasarkan konsep teori untuk menguji fenomena yang bersifat kompleks, sehingga model teoritik diperlukan untuk membatasi hubungan antar variabel yang bersifat kompleks dalam dunia nyata. Maka langkah penyederhanaan fenomena melalui seleksi model teoritik akan dimungkinkan dapat diselesaikan langkah pengujian statistik sebagai alat prediksi untuk memahami aspek hubungan antar variabel dalam dunia nyata. Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel yang bersifat interrelationship dalam barisan sistem persamaan yang dapat dikelompokkan menjadi variabel endogen dan variabel eksogen. SEM dapat membedakan kedua jenis variabel endogen dan eksogen, karena keduanya memiliki peran yang berbeda satu sama lainnya. Karena sifat studi berbasis kepada pengumpulan data primer yang tidak dapat

diukur secara langsung, disebut sebagai *latent variable* atau *un-observer variable* atau juga sering disebut manifest, adalah data laten yang dikonstruksi oleh sejumlah indikator atau item-item questioner yang diperoleh berdasarkan kegiatan survei lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Keterkaitan antara variabel penelitian yang telah dijabarkan pada model penelitian perlu diuji kelayakannya. Pertama, kelayakan diuji berdasarkan hubungan antarvariabel latent dengan indikatornya. Penelitian ini mengembangkan dimensi pengukuran latent variable berdimensi berkarakter reflective. Untuk dimensi berkarakter reflective, dinyatakan latent variable memberi dampak kepada item-item indikatornya, disebut sebagai karakter unidimensional (Hair, 2010). Untuk mendapatkan informasi tentang kelayakan sebuah konstruk penelitian, (Hair et al, 2010) merekomendasikan penggunaan uji cronbach, composite reliability dan analisis Average Variance Extracted (AVE). Tabel 2 menyajikan hasil analisis yang diperoleh dari software SmartPls 3.6.2.

Tabel 2 Analisis cronbach, CA dan AVE.

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 (Kepuasan pelanggan)	0.960	0.969	0.861
Y1 (Pendapatan Limbah Dan Irigasi)	0.881	0.944	0.894
Y2 (Customer Complaint)	0.941	0.957	0.849

Sumber: Hasil olahan data, 2017

Berdasarkan Tabel 2 didapatkan nilai cronbach untuk semua variabel laten lebih besar dari 0.70, hal yang sama didapatkan pada composite reliability (CA),

serta dukungan dari nilai AVE yang lebih besar dari 0.50, menunjukkan bahwa semua konstruk yang dipergunakan pada penelitian ini adalah reliable.

Kriteria berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap validitas instrumen penelitian. Tabel 3 menyertakan uji validitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data SmarPls sebagai berikut.

Tabel 3 Analisis Uji Validitas Fornell-Larschker

Variabel Laten	X ₁	Y ₁	Y ₂
X ₁ Kepuasan Pelanggan	0.928		
Y ₁ Pendapatan Limbah Dan Irigasi	0.501	0.957	
Y ₂ Customer Complaint	0.734	0.682	0.921

Sumber: Hasil olahan data, 2017

Tabel 3 menunjukkan *table cross-correlation*, yang menunjukkan matriks X₁X₁, Y₁Y₁ dan Y₂Y₂ adalah nilai akar dari AVE pada masing-masing variable laten (lihat Tabel 2). Berdasarkan metode Fornell-Larschker, didapatkan nilai AVE pada konstruk kepuasan pelanggan (X₁) ternyata masih lebih besar dibandingkan dengan cross-correlation dari X₁ dengan Y₁ (0.501) serta X₁ dengan Y₂ (0.734) yang masih lebih kecil dari akar AVE dari X₁, sehingga konstruk X₁ dapat dinyatakan valid discriminant.

Ternyata Pendapatan limbah dan Irigasi (Y₁) adalah dengan nilai AVE sebesar 0.957 masih lebih besar dari korelasi Y₁ dengan pihak lainnya, yaitu dengan X₁ = 0.501, serta Y₁ dengan Y₂ = 0.682, kedua korelasi itu ternyata lebih kecil dibandingkan dengan nilai AVE dari Y₁, sehingga pendapatan limbah dan Irigasi (Y₁) adalah variable laten yang valid discriminant. Uji validitas terakhir adalah Customer complaint (Y₂) dengan nilai akar AVE = 0.921, hasil ini lebih besar dibandingkan dengan korelasi Y₂ dengan Y₁ sebesar 0.682 serta korelasi dari Y₂ terhadap X₁ = 0.734, sehingga variable laten dari Y₂ yaitu customer

complaint adalah valid discriminant. Berdasarkan fakta bahwa ketiga variable laten yang disertakan pada penelitian ini adalah dengan nilai akar AVE yang lebih besar dari nilai korelasi masing-masing, maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini telah memiliki instrument yang layak dan dapat dipercaya untuk menghasilkan kualitas data yang diharapkan.

Tabel 4 Analisis Uji Validitas Cross-loading

	X ₁	Y ₁	Y ₂
X _{.1.1}	0.925	0.532	0.735
X _{.1.2}	0.926	0.356	0.707
X _{.1.3}	0.882	0.525	0.572
X _{.1.4}	0.944	0.497	0.700
X _{.1.6}	0.962	0.398	0.679
Y _{.1.1}	0.479	0.951	0.676
Y _{.1.2}	0.466	0.939	0.609
Y _{.2.1}	0.718	0.658	0.951
Y _{.2.2}	0.690	0.570	0.932
Y _{.2.3}	0.711	0.628	0.905
Y _{.2.4}	0.577	0.653	0.897

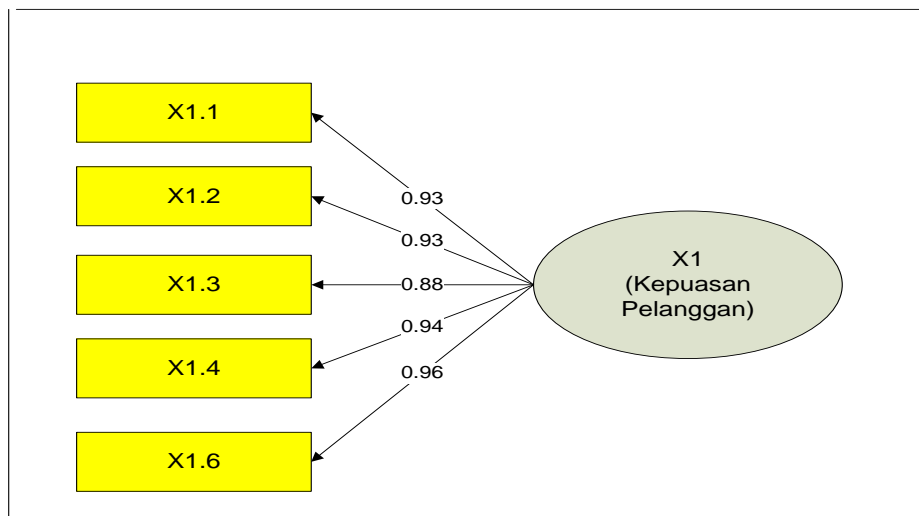
Sumber: Hasil olahan data, 2017

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan informasi bahwa konstruk X₁ beserta indikator yang mendukungnya (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.6}) ternyata masih lebih besar dari korelasi X₁ terhadap Y₁, serta X₁ terhadap Y₂, sehingga menurut kriteria cross-loading, maka X₁ adalah konstruk yang valid. Selain itu didapatkan informasi bahwa konstruk Y₁ beserta indikator yang mendukungnya (Y_{1.1}, Y_{1.2}) ternyata masih lebih besar dari korelasi dari Y₁ terhadap X₁, serta Y₁ terhadap Y₂, sehingga menurut kriteria cross-loading, maka Y₁ adalah konstruk yang valid.

Berdasarkan Tabel 4 juga didapatkan informasi bahwa konstruk Y₂ beserta indikator yang mendukungnya (Y_{2.1}, Y_{2.2}, Y_{2.3}, Y_{2.4}) ternyata masih lebih besar dari korelasi dari Y₂ terhadap X₁, serta Y₂ ke Y₁, sehingga menurut kriteria cross-loading, maka Y₂ adalah konstruk yang valid.

Outer model variabel reflective kepuasan pelanggan direfleksikan oleh system pelayanan, ekspektasi yang diberikan terhadap customer / pelanggan, nilai lebih terhadap pelanggan limbah dan irigasi dari perusahaan sejenis, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan, informasi yang positif diberikan pelanggan kepada pihak lain terhadap pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Hasil pengujian validitas latent variable kepuasan pelanggan terhadap item-item indikatornya menunjukkan didapatkan Composite Reliability sebesar 0.97 serta Cronbachs Alpha sebesar 0.96 lebih besar dari 0.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa model reflective adalah layak.

Gambar 1 Hasil Analisis Outer-Model Kepuasan Pelanggan



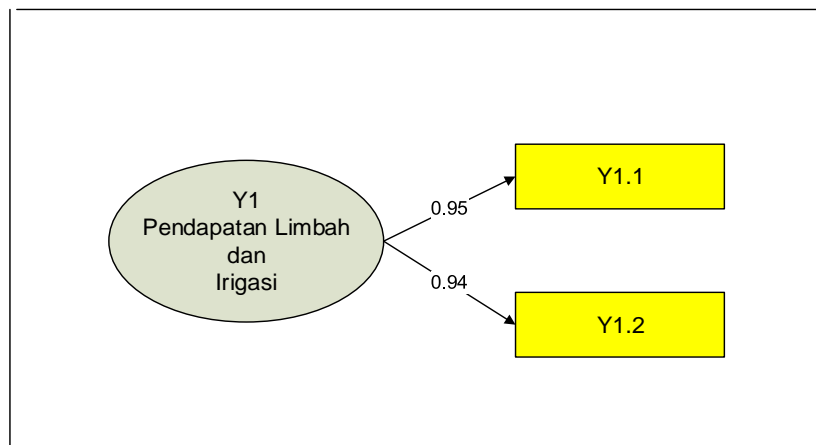
Sumber: Hasil olahan data, 2017

Berdasarkan Gambar 2 tampak bahwa karakter reflective uni-dimensional telah terpenuhi berdasarkan sebaran nilai loading factor yang setingkat dan lebih besar dari 0.50. Dengan demikian dapat dinyatakan, bahwa konstruk outer-loading telah memenuhi syarat layak dan sangat handal untuk dapat diteruskan ketinggian analisis selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimak bahwa nilai AVE untuk variable kepuasan pelanggan, consumer complaint dan pendapatan limbah dan irigasi memiliki nilai AVE diatas 0,50. Ini mengindikasikan bahwa model telah mempunyai *discriminant validity* yang baik.

Outer model variabel reflective limbah irigasi direfleksikan oleh indicator pendapatan atas limbah (Y1.1) yang merupakan sumber pendapatan perusahaan, dimana hotel melakukan pembayaran atas limbah yang di produksi oleh hotel bersangkutan. Indikator lain sebagai sumber pendapatan perusahaan adalah pajak air irigasi dimana hotel memanfaatkan air irigasi yang disediakan perusahaan untuk menyiram tanaman, sehingga ada keterkaitan positif antara tamu yang berkunjung ke hotel dengan pendapatan perusahaan PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia Persero yang mendapat hak atas pengelolaan limbah hotel.

Gambar 2 Hasil Analisis Outer-Model Pendapatan Limbah dan Irigasi



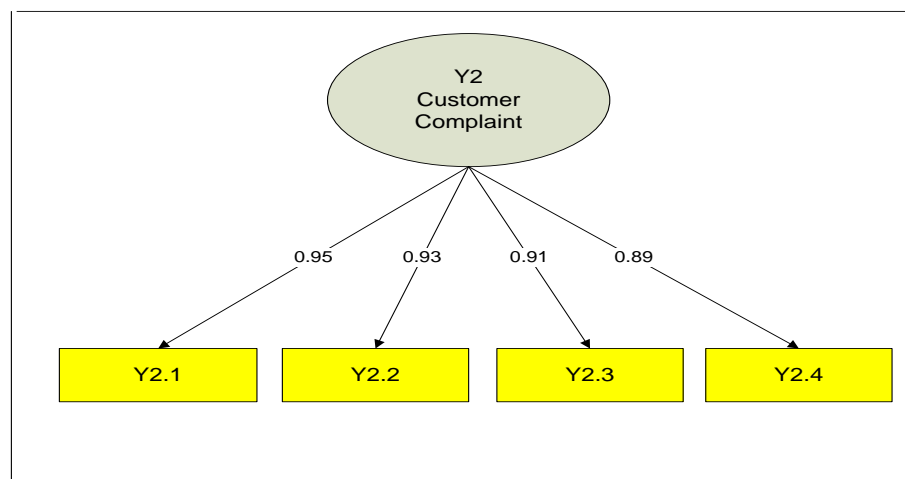
Sumber: Hasil olahan data, 2017

Hasil pengujian validitas latent variable dari konstruk pendapatan limbah dan irigasi menunjukkan sebaran outer-loading sebesar 0.94 dan 0.95 sehingga

memenuhi syarat sebagai uni-dimensi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model reflective adalah layak.

Outer model variabel reflective customer complaint direfleksikan oleh empat indikator yaitu ($Y_{2.1}$), ($Y_{2.2}$), $Y_{2.3}$ dan $Y_{2.4}$). Hasil pengujian validitas latent variable customer complaint terhadap item-item indikatornya menunjukkan didapatkan loading factor tersebar masing-masing untuk indikator ($Y_{2.1}$) sebesar 0.95, untuk $Y_{2.2}$ sebesar 0.93, untuk $Y_{2.3}$ sebesar 0.91 serta untuk $Y_{2.4}$ sebesar 0.89. Bahwa sebaran loading factor yang sangat berdekatan satu sama lainnya menunjukkan kesesuaian dengan karakter model konstruk yang reflective, dengan demikian ke empat indikator tetap dilanjutkan sebagai indikator yang mendukung persepsi tentang *customer complaint* (lihat Gambar 3).

Gambar 3 Hasil Analisis Outer-Model Customer Complaint

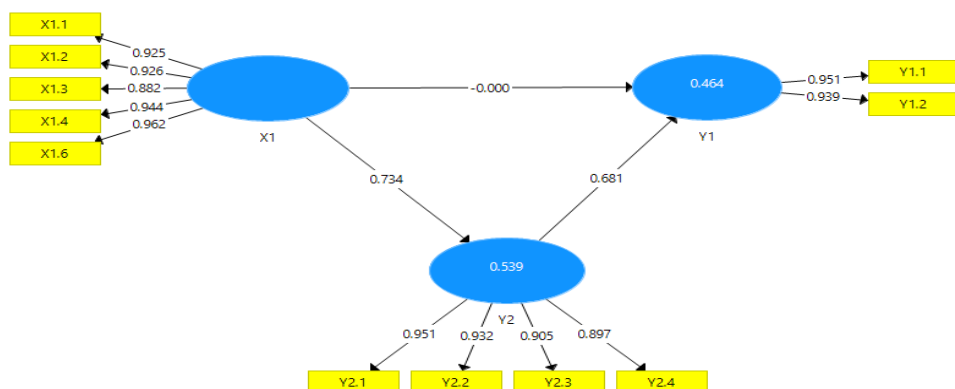


Sumber: Hasil olahan data, 2017

Berdasarkan hasil analisis outer-model dimana telah dilakukan evaluasi terhadap kelayakan uji atas keterkaitan antara variabel laten (konstruk) dengan indikatornya, telah didapatkan kelayakan uji reliabilitas dan uji validitas, sehingga dapat ditingkatkan ke pembahasan inner-model, untuk membuktikan

tujuan penelitian. Hasil analisis SEM PLS sebagai unit analisis untuk melakukan evaluasi terhadap relasi antar variabel laten yang telah dirumuskan sesuai dengan tujuan penelitian serta tindak lanjut menjadi pembuktian hipotesis penelitian, maka dapat digambarkan pola estimasi hubungan antar variabel laten serta analisis signifikansi hipotesis antar variabel laten yang di relasikan. Model estimasi yang dapat disajikan dari hasil analisis SEM PLS disajikan pada Gambar 4. Berdasarkan Gambar 4 didapatkan hasil estimasi yang positif untuk relasi antara kepuasan pelanggan (X_1) dengan customer complaint (Y_2), serta antara customer complaint (Y_2) dengan pendapatan limbah dan irigasi (Y_1). Meskipun demikian, ternyata kepuasan konsumen tidak dapat dibuktikan memiliki relasi langsung dengan pendapatan limbah, karena terbukti tidak signifikan (lihat Tabel 4 dan Gambar 5).

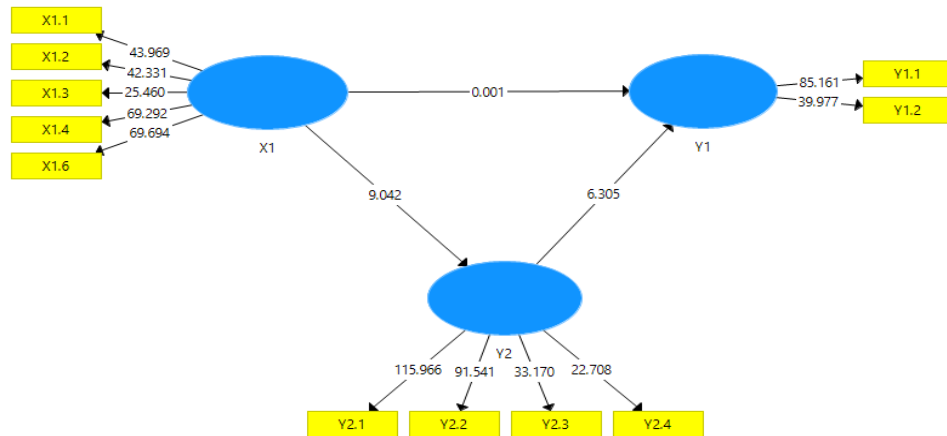
Gambar 4 Hasil Estimasi Model Penelitian



Sumber: Hasil olahan data, 2017

Ternyata dari tiga relasi yang saling berinteraksi satu sama lainnya, terdapat satu tujuan penelitian yang tidak berhasil dibuktikan signifikan (lihat Gambar 5).

Gambar 5. Hasil Uji signifikansi Model Penelitian



Sumber: Hasil olahan data, 2017

Berdasarkan Tabel 5 didapatkan dua tujuan penelitian berikutnya berhasil dibuktikan signifikan, dimana nilai t didapatkan lebih besar dari $t = 1.96$ dengan probabilitas p-values adalah lebih kecil dari 0.05.

Tabel 5 Analisis Uji Signifikansi Hipotesis Penelitian

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Keterangan
$X_1 \rightarrow Y_1$	0.000	0.002	0.087	0.001	0.500	Tidak signifikan
$X_1 \rightarrow Y_2$	0.734	0.736	0.081	9.042	0.000	Signifikan
$Y_2 \rightarrow Y_1$	0.681	0.676	0.108	6.305	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil olahan data primer, 2017

Penelitian ini tidak berhasil menjawab tujuan penelitian nomor satu, yaitu bahwa kepuasan pelanggan ternyata tidak signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi, berdasarkan tingkat keyakinan sebesar 5 persen, dimana didapatkan nilai $t = 0.001$ yang ternyata lebih kecil dibandingkan dengan nilai tabel $t = 1.96$. Berdasarkan analisis statistik tersebut, maka pernyataan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara langsung terhadap kualitas sumner pendapatan limbah dan irigasi tidak berhasil dibuktikan pada penelitian ini.

Apabila ditelusuri instrumen penelitian yang merefleksikan kualitas kepuasan pelanggan meliputi indikator produk pengolahan limbah dan irigasi, ekspektasi atas produk yang dibeli hotel, kepuasan yang berlebihan terhadap pelayanan serta komitmen untuk berlangganan, serta informasi jasa yang sesuai. Berdasarkan temuan outer-loading didapatkan dimensi komitmen ($X_{1.4}$) sebesar 0.94 serta informasi jasa yang sesuai ($X_{1.6}$) sebesar 0.96 adalah dimensi tertinggi yang mencerminkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian nomor dua, yaitu bahwa kepuasan pelanggan ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaint*, berdasarkan tingkat keyakinan sebesar 5 persen, dimana didapatkan nilai $t = 9.042$ yang ternyata lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel $t = 1.96$. Berdasarkan dukungan signifikansi statistik tersebut, maka pernyataan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *customer complaint* dapat didukung penelitian ini. Bahwa perubahan persepsi atas kepuasan pelanggan ternyata berdampak positif terhadap *customer complaint*, sehingga dapat dinyatakan bahwa usaha untuk membangun kepuasan pelanggan merupakan langkah strategis dalam mengelola dan menjaga produk agar dapat mencegah terjadinya pengaduan pelanggan (*customer complaint*).

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian nomor tiga, yaitu bahwa *customer complaint* ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi, berdasarkan tingkat keyakinan sebesar 5 persen, dimana didapatkan nilai $t = 6.035$ yang ternyata lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel $t = 1.96$. Berdasarkan dukungan signifikansi statistik tersebut, maka

pernyataan bahwa customer complaint berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi dapat didukung penelitian ini.

Apabila ditelusuri instrumen penelitian yang merefleksikan *customer complaint*, kualitas pengelolaan usaha, maka konstruk customer complaint direfleksikan oleh antara lain (a) tidak dilibatkan karyawan yang cakap dan terlatih, (b) perusahaan yang lamban dalam merespon pengaduan pelanggan, serta (c) adanya kualitas pelayanan yang menyebabkan kualitas air berbau, serta (d) disebabkan oleh pelayanan karyawan yang tidak menampilkan keramahan. Ternyata berdasarkan analisis *outer-loading* didapatkan fakta bahwa sumber penyebab complain adalah pada dimensi Y_{2.1} yaitu tidak dilibatkannya karyawan yang cakap dan terlatih didapatkan *outer-loading* sebesar 0.95, serta dimensi Y_{2.2} sebesar 0.93 yaitu dimensi lamban dalam merespon pengaduan pelanggan.

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian nomor empat, yaitu bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pendapatan limbah dan irigasi melalui customer complaint berhasil dibuktikan. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa customer complaint adalah variabel laten yang terbukti berfungsi menjadi pemediasi untuk konstruk kepuasan pelanggan.

Tabel 6 Hasil Analisis *Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	t Statistics	P Values
X ₁ -> Y ₁ → Y ₂	0.500	0.496	0.090	5.563	0.000

Sumber: *Hasil Olahn Data, 2017*

Tabel 6 menyajikan hasil analisis relasi tidak langsung dengan nilai uji t sebesar t = 5.563, yang ternyata masih lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel t = 1.96.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan ternyata tidak signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi. Variabel kepuasan pelanggan ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer complaint*. Variabel *customer complaint* ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan limbah dan irigasi. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pendapatan limbah dan irigasi melalui *customer complaint* berhasil dibuktikan. Artinya, dapat dinyatakan *customer complaint* adalah variabel laten yang terbukti berfungsi menjadi pemediasi untuk konstruk kepuasan pelanggan.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil analisis adalah keluhan pelanggan menjadi faktor yang dapat menurunkan kunjungan pelanggan ke tempat wisata Nusa Dua. Beberapa indikator yang dapat mengurangi kenyamanan pelanggan adalah permasalahan pengendalian air irigasi yang dapat membawa bau tidak sedap dan mengganggu kenyamanan wisatawan yang menginap pada hotel bersangkutan. Dengan demikian, saran yang dapat diberikan adalah dengan memfungsikan sejumlah uji laboratorium untuk memastikan bahwa kondisi biota air aman untuk dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan air untuk menyiram tanaman.

Kebutuhan air yang bersumber dari air limbah yang diolah menjadi air irigasi adalah lebih murah dibandingkan dengan mempergunakan air PDAM, yan

ternyata tidak berfungsi baik untuk mencukupi kebutuhan pemeliharaan taman rumput dan pepohonan dengan kawasan yang luas, sehingga memfungsikan air limbah adalah alternatif untuk menghemat biaya, meski perlu dilakukan tata kelola yang aman dan tidak beresiko menimbulkan bau yang mengganggu kenyamanan tamu.

REFERENSI

- Aji, Wahyu Kartika. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Andaleeb, S.S. and Conway C., 2006. Customer Satisfaction in The Restaurant Industry : An Examanation of The Transaction-spesific Model. *The Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No. 1. Pp. 3-11.
- Anderson, E.W., dan M.W. Sullivan. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*. Volume 12. Issue 2.
- Anderson, R. E. 1973. Consumer Dissatisfcation: The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 10, 38-44.
- Asakdiyah, Salamun dan Sulistyani. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akutansi dan Manajemen*, Vol 15 No 1 April 2004.
- Ashcroft, Vincent dan David Cavanaugh. 2008. Survey of Recent Developments. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 44(3), pp: 335-363.
- Asianto, Bagus Pramoedhitma. 2014. Implikasi Tempat Berjualan Terhadap Tingkat Pendapatan Sektor Informal (Studi Kasus di PPS Merjosari Kecamatan Cowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 1, No.1.
- Assaisi, Febrina., dan Muh.Bachtiar. 2008. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan *Lion Air*. *Jurnal Publikasi Universitas Islam Indonesia*. h: 1-27.

- Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. Surakarta: *Jurnal Daya Saing*, Program MM-UMS.
- Artana Yasa, I Komang Oka; Arka, Sudarsana. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Disparitas Pendapatan Antardaerah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/27432>>. Date accessed: 07 sep. 2017.
- Babin, Barry J., Yong – Ki Lee, Eun – Jun Kim and Mitch Griffin. 2005. Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Service Marketing* 19.pp. 133 – 139.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Manajemen (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Bell, Simon J dan Luddington, James A. 2006. Coping With Customer Complaints. *Journal of Service Research*.
- Blattebert and Deighton, Lee C. 1996. *The Encyclopedia of Education, USA: The Macmillan*.
- Blodgett, J. G., Granbois, D. H. & Walters, R. G. 1993. The effects of perceived justice on negative word of mouth and repatronage intentions. *Journal of Retailing*, 69 (Winter), 399-428.
- Bowen, J, and Shoemaker, S. 1998. Loyalty: A Strategy Commitment. *Journal Cornell H.R.A, Quarterly*, Vol 2. pp. 12-25.
- Chandra, Billy Archie. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komplain Konsumen. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Chintya, Wuri Ajeng dan I.B.Darsana. 2013. Analisis Pendapatan Pedagang Di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran. *E-Jurnal EP Unud*. Vol. 2 No. 6 277- 283.
- Danendra Putra, I Putu dan I Wayan Sudirman. 2015. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal EP Unud*. 4(9), pp: 1048-1193)

- Dewi, A Istri Agung Vera. Djinar Setiawina dan I G Indrajaya. 2012. Analisis Pendapatan Pedagang Canang Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Volume 01. No.01. Tahun 2012.
- Dick, A. S., & Basu, K. 1994. Customer Loyalty: Towards an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113.
- Disney, J. 1999. Customer Satisfaction and Loyalty: The Critical Elements of Service Quality. *Journal of Total Quality Management*, 10 (4-5), 491-497.
- Fauzi, Ahmad dan Dewa Nyoman Budiana. 2016. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Secara Langsung Maupun Tidak Langsung Ketimpangan Distribusi Pendapatan Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 5(6), h: 668-691.
- Guntur SW., M. dan Setiaji, B., 2003. Analisis Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, Vol. 4, No. 1, hal. 27-35.
- Homburg, C, and Rudolph, B., 2001. Customer Satisfaction in Industrial Market: Dimensional and Multiple Role Issues. *Journal of Business Research*, Vol. 52, pp. 15-33.
- Hukom, Alexandra. Hubungan Ketenagakerjaan Dan Perubahan Struktur Ekonomi terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/16437>>. Date accessed: 07 sep. 2017.
- Kamaladevi, B. 2009. Customer Experience Management in Retailing. *The Romanian Economic Journal*, 12, 34 (4).
- Kobylanski, A. 2012. Attributes and Consequences of Customer Satisfaction in Tourism Industry: The Case of Polish Travel Agencies. *Journal of Service Science*. Volume 5. No. 1.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kurniawan, Jarot. Dilema Pendidikan dan Pendapatan di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], July 2016. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/22756>>. Date accessed: 07 sep. 2017.

- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mano, H., & Oliver, R. L. 1997. Assessing the Dimensionality and Structure of the Consumption Experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 20 (3), 451-466.
- Mariani, Ni Komang. Studi Komparatif Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Dagang Baju (Studi Kasus Pedagang Baju Bali Menetap Dan Semi Menetap Di Daerah Kuta) 2015. *E-Jurnal EP Unud*, 5 (2) pp: 298-315.
- Muhaemin, 2005. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BPD Jateng Surakarta. *Tesis*. Program Pasca Sarjana UMS, Surakarta.
- Musanto.,2004.Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan:Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136.
- Nanga, Muana. 2005. *Makro Ekonomi*. Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- Oliver, Richard L., 1999. Whence Loyalty, *Journal of Marketing*, (Special Issues), vol 63, p.33-44.
- Patterson, Paul G., 2003. The Impact of Key Personality Constructs on Satisfaction, Trust, Loyalty Relationship in a Service Context, *Journal of Services Marketing*, vol. 18 (5).
- Putra, I Gede Susila Arsana dan Made Dwi Setyadhi Mustika. 2014. Analisis Perbedaan Rata-Rata Pendapatan Pedagang Acung Pinggir Pantai Di Kecamatan Kuta Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*. Vol.3 No. 7, pp: 282-289.
- Putri, Ni Made Dwi Maharani; Jember, I Made. Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], jan. 2017. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/27432>>. Date accessed: 07 sep. 2017.
- Rahayu, Ni Putu Dewi Agustini. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Penambang Pasir di Desa Rendang Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem. *E-Jurnal EP Unud*. 2(5): h: 226-232.

- Silva, Indunil De and Sudarno Sumarto. 2014. Does Economic Growth Really Benefit the Poor? Income Distribution Dynamics and Pro-poor Growth in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 50 (2):227-42.
- Sirait, Novi dan A. A. I. N. Marhaeni. 2013. Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Jumlah Pengangguran Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Universitas Udayana*, 2(2).
- Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sudarsani, Ni Putu., Made Sukarsa Dan A.A.I.N Marhaeni. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja Perempuan Migran Di Industri Pengerajin Tedung Bali Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*. 4(8), p: 522-536.
- Sukirno, Sadono. 2001. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suputra, I Putu Eka dan Ni Putu Martini Dewi. 2016. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Struktur Ekonomi Dan Belanja Pembangunan Terhadap Kemiskinan Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 4(2), h: 105 – 112.
- Taufik, Muhammad; Rochaida, Eny; Fitriadi, Fitriadi. Pengaruh Investasi Dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Penyerapan Tenaga Kerja Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], nov. 2015. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/16197>>. Date accessed: 07 sep. 2017.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wahyuddin, M. dan Muryati, A., 2001. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Klaten. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, Vol. 2, No. 2, hal. 188-197.
- Widyatama, Dery Fauzan. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sembako Di Pasar Besar Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Wirawan, Adi I.K, K.Sudibia dan I.B.P Purbadharmaja. 2015. Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri Di Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, Vol. 4 No.01, Hal.42-55.

Wysocki Allen F., Kepner Karl W., and Glasser Michelle W. 2001. Customer Satisfactions. *Journal of Management*. 2(5). Pp: 1-23.

Yusuf, Arief Anshory & Andy Summer. 2015. Growth, Poverty, and Inequality under Jokowi. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 51 (3):323–48.