



Jurnal wisataMuh

https://jurnal.umt.ac.id/public/journals/40/homepageImage_en_US.jpg

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. GOLDEN RAMA TOUR AND TRAVEL SERPONG

Muhammad Lutfi Mulyadi¹, Machmud Syahrizal², Raden Asri Kartini²

Prodi Pariwisata, Fakultas Parinkraf, Universitas Muhammadiyah Tangerang

lutfimulyadi9@gmail.com, machmud.syahrizal@gmail.com,

radenasrikartini75@gmail.com,

Abstract. *PT Golden Rama Express is the leading travel agent in Indonesia. PT Golden Rama Express has been established for almost 48 years since 1971. Good service quality encourages consumers to build long-term relationships with the company. This research uses quantitative methods. Quantitative methods are methods of studying a particular population or sample. The aim of this research is to view and analyze the five dimensions of service quality offered by PT. Golden Rama Tour and Travel. Apart from that, the assessment of service quality shows that PT. Golden Rama Tour and Travel has a high level of correlation in these five dimensions, with a correlation value of 0.988, or 98.8% percentage. Overall, these findings show that customers are very satisfied with the services provided by the company. The significance value of these results is .001, so the service quality variable (x) has an effect on the consumer satisfaction variable (y). Companies need to pay attention to the services provided by PT. Golden Rama in order to provide the best quality so that it can provide satisfaction to consumers from PT. Golden Rama.*

Keywords: *Service quality, customer satisfaction and PT. Golden Rama Tour and Travel Serpong.*

Abstrak. PT Golden Rama Express merupakan travel agent terdepan di Indonesia PT Golden Rama Express telah berdiri selama hampir 48 tahun sejak tahun 1971. Kualitas pelayanan yang baik mendorong konsumen untuk membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode mempelajari populasi atau sampel tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisis kelima dimensi kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Golden Rama Tour and Travel. Selain itu, penilaian kualitas pelayanan menunjukkan bahwa PT. Golden Rama Tour and Travel memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi dalam kelima dimensi tersebut, dengan nilai korelasi 0,988, atau 98,8% persentase. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas dengan layanan yang diberikan oleh

perusahaan. nilai signifikansi dari hasil tersebut adalah .001 maka variabel kualitas pelayanan(x) berpengaruh dengan variabel kepuasan konsumen (y). perusahaan perlu memperhatikan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Golden Rama agar dapat memberikan kualitas yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dari PT. Golden Rama.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen dan PT. Golden Rama Tour and Travel Serpong.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan yang memberikan pelayanan yang profesional dan berkualitas tidak hanya dapat mempertahankan konsumen untuk melakukan repeat order tetapi juga bisa rekomendasi dari pelanggan, mendapatkan konsumen baru yang bisa menjadi pelanggan tetap yang berakibat juga akan menaikkan citra perusahaan lebih baik dari perusahaan pesaing lainnya. Kualitas merupakan tingkat baik atau buruknya, mutu, taraf suatu produk, jasa, yang melebihi dan memenuhi proses. Menurut Berry, et al (1994) memberikan kualitas pelayanan yang optimal adalah suatu strategi yang dapat menciptakan kepuasan dan rasa percaya pelanggan serta keunggulan kompetitif. Indikator kualitas yang baik tidak dinilai berdasarkan atau pengukuran pihak perusahaan, akan tetapi berdasarkan penilaian pelanggan. Pihak perusahaan hanya dapat menjamin standar dari penilaian konsumen di setiap kegiatan produksi atau kegiatan pemberian jasa yang dilakukan. Perusahaan memberikan yang berkualitas, maka pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan standarisasi tingkat kepuasan konsumen atau lebih dari apa yang sudah diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa dimensi untuk mengevaluasi dan menentukan kualitas jasa pelayanan pada umumnya bisa memakai 5 yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

PT. Golden Rama Tour and Travel merupakan travel agent terdepan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata telah berdiri selama hampir 48 tahun sejak tahun 1971. Yang berlokasi di Jalan Boulevard Gading Serpong Ruko Alexandrite. Berdirinya PT ini bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik yang dapat memberikan rasa puas untuk para pelanggan, sehingga para konsumen wisata dapat menikmati perjalanan mereka. Pelayanan perusahaan ini mencakup membuat

paspor atau perpanjangan, pengurusan visa, pemesanan hotel, cruise, tiket kereta, tiket pesawat dalam negeri (domestic) maupun internasional, dan memberikan paket wisata (tour) untuk wisatawan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah faktor utama untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen; perusahaan dapat dianggap baik hanya jika dapat menyediakan barang atau jasa yang memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup tindakan atau keuntungan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak ada dan tidak bermakna kepemilikan sesuatu dalam jurnal (Kotler, 2019) (Susilo et al., 2019).

Zeithaml dalam Rasyidi (2019) mengatakan bahwa penilaian pelanggan tentang keunggulan dan keistimewaan suatu produk atau layanan secara keseluruhan adalah kualitas pelayanan. Di sisi lain, Maharani & Saputra (2021) mengatakan bahwa dalam proses evaluasi pelanggan, persepsi pelanggan tentang layanan dan hasil dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan dari mereka (Br Marbun et al., 2022).

Dimensi Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016) membagi dimensi pelayanan menjadi 5, yaitu:

1. *Reliability* (Kehandalan). *Reliability* yaitu keahlian yang dimiliki perusahaan melakukan layanan yang telah dijanjikan sesuai dengan yang telah di jelaskan. Menurut oleh Parasuraman dan Lupiyoadi (2006).
2. *Tangibles* (Bukti Fisik). Bukti Fisika atau tangibles yaitu aspek visual, mencakup peralatan, alat komunikasi, dan penampilan staf yang terlibat. Menurut Lupiyoadi (2006).

3. *Responsiveness* (Kepekaan). *Responsiveness* adalah kecepatan karyawan membantu pelanggan dalam berikan layanan yang tepat. Menurut Dzikra (2020).
4. *Assurance* (Jaminan). Jaminan merujuk pada pengetahuan dan keterampilan seseorang anggota tim dalam membangun dan memperkuat keyakinan serta kepercayaan. Tjiptono (2017).
5. *Empathy* (Empati). *Empathy* adalah perhatian khusus karyawan kepada pelanggan. Empati, didefinisikan sebagai memberikan perhatian yang tulus dan pribadi kepada klien dengan tujuan untuk memahami keinginan mereka. Menurut (Suci Fitria, 2019).

1. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) Penelitian yang didasarkan pada asumsi-asumsi, kemudian diidentifikasi variabel-variabelnya, dan kemudian dinilai dengan menggunakan metodologi penelitian yang sesuai. Menurut Ririn Handayani (2020) populasi adalah kelompok yang mencakup semua entitas yang akan diteliti dan memiliki karakteristik yang sama. Entitas-entitas ini dapat berupa individu dalam kelompok, peristiwa, atau objek yang akan menjadi subjek penelitian. Populasi berasal dari jumlah konsumen transaksi tahun 2023 Sep – Jan 2024 sebanyak 10.442 konsumen. Uji yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi liner sederhana, Uji Normalitas, Uji Hipotesis t, Uji Analisis korelasi.

2. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form ke konsumen PT. Golden Rama Tour and Travel sebanyak 111 responden, setelah mendapatkan jawaban dari kuesioner tersebut penulis mengolah data menggunakan bantuan dari aplikasi IBM SPSS versi 24 guna untuk membantu peneliti dalam menghindari kesalahan hitungan. Dari penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Golden Rama Tour and Travel.

Tingkat signifikansi pada hasil uji validitas adalah sebesar 0.05 atau 5%, nilai r nya adalah 0.186, Dari hasil SPSS tersebut bahwa dari 20 pernyataan dikatakan **valid** karena nilai r hitung < 0.186 . *Cronbach alpha* yang dihasilkan untuk kualitas pelayanan (x) adalah 0.950 dan untuk kepuasan konsumen (y) adalah 0.878 yaitu lebih dari 0.60 artinya 20 item tersebut dikatakan **reliabel**. Signifikansi promosi produk .001 dan begitupun keputusan pelayanan signifikansi nya adalah .001 dari hasil uji bisa dilihat bahwa kedua variabel ini memiliki hubungan atau **berkorelasi**. untuk melihat dari nilai *pearson correlation* .877 dikatakan **korelasi kuat**. Dari hasil uji regresi linear sederhana memiliki konstanta sebesar 1.317 mempunyai arti bahwa nilai konsisten variabel partisipan adalah sebesar 1.317. Koefisien regresi X sebesar 0.407 maka nilai koefisien tersebut bernilai **positif**. Hasil uji normalitas yang dihasilkan tersebut dikatakan titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dan dapat dikatakan bahwa hasil uji normalitas dikatakan **terdistribusi normal**. Nilai t hitung sebesar 9,156 dan nilai t tabel sebesar 1,664 maka perbandingannya adalah T hitung $19,026 > t$ tabel 1,658 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka data dinyatakan **Signifikan**. Nilai R (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,870 menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel x dengan variabel y yaitu memiliki hubungan **linier yang kuat**. Nilai dari adjusted R Square sebesar 0,757 atau 75,7%. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 75,7%.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena hasil dari SPSS tersebut bahwa dari 20 pernyataan dikatakan valid karena Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap pelayanan, hal ini terlihat dari signifikan higienitas sebesar $0.01 < 0.05$, dan nilai t hitung sebesar 19.026 lebih besar dari nilai t tabel 1.658 yang berarti hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Golden Rama Serpong. Nilai R (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,870 menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel x dengan variabel y yaitu memiliki hubungan linier yang kuat. Nilai dari adjusted R Square sebesar 0,757 atau 75,7%. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 75,7%.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ayu Sekarini, R., Wiwin, W., Yunas, M. F., & Sutrisna, E. (2022). Optimalisasi Pelayanan Prima Melalui Analisis SWOT dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Koperasi. *Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 122–129. <https://doi.org/10.53276/dedikasi.v1i2.18>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Caniago, A. (2022). ANALISIS KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SARI ATER HOT SPRINGS RESORT CIATER. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). *PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1>
- Isnaini, F., Hermain, H., & Aslami, N. (2022). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN CV SAGU BASAH PAK UDIN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 129–142. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.508>
- Marande, Y. (2017). Jurnal Ilmiah Administratie. *Jurnal Ilmiah Administratie*, 8(73), 33–39.
- Muttalib, A. (2019). Peranan Biro Perjalanan Wisata Dalam Mengembangkan Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 1(1), 64.
- Natasya, P., Marlius, D., Keuangan, A., Perbankan, D., Pembangunan, ", & Padang, ". (n.d.). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang*.
- Nilam, A. (2020). Analisis Peranan Sektor Pariwisata Di Jawa Tengah (Pendekatan Input-Output). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2), 202–212. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i2.121>

- Nurhadi, N. (2020). KONSEP PELAYANAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Penelitian, J., & Subiantoro, N. (2022). *All Fields of Science J-LAS Implementasi Pelayanan Prima terhadap Santri pada Pondok Pesantren Implementation of Excellent Service for Santri at Islamic Boarding Schools*. 2(4), 143–150. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putranto, D., & Yulianti Togubu, R. (n.d.). *DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN PAKET WISATA TAHUN 2023 DI GOLDEN RAMA TOURS AND TRAVEL*.
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Ishmah, H. A. N., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan antara Karakteristik Konsumen dengan Tingkat Kepuasan Mereka dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i1.28853>
- Sholehuddin, S., & Rahman, F. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 94. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1003>
- Suci Fitria JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, O. (2019). *PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL PUTRI AGUNG DI BARADATU KABUPATEN WAY KANAN*.
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis Understanding Customer Satisfaction toward Hotel Service: A Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 13(3), 233–243. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i3.39338>
- Susanti, N. I., & Nurdiana, M. E. (2023). PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUSATH MART 1 PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI. In *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 4).

