



## Jurnal wisataMuh

[https://jurnal.umt.ac.id/public/journals/40/homepageImage\\_en\\_US.jpg](https://jurnal.umt.ac.id/public/journals/40/homepageImage_en_US.jpg)

---

### Pengaruh Layanan Tour Leader Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Menggunakan Jasa Traveltrip.id.

Finy Alvia, Raden Asri Kartini, Asfitri Hayati  
Prodi Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif Universitas Muhammadiyah  
Tangerang

[Finyalvia10@gmail.com](mailto:Finyalvia10@gmail.com), [radenasrikartini75@gmail.com](mailto:radenasrikartini75@gmail.com), [hayatiasfitri@gmail.com](mailto:hayatiasfitri@gmail.com)

#### Abstract

Tour and travel agencies have sprung up a lot, with various styles and their own characteristics to make it more attractive to the market. Traveltrip.id is one of the travel agencies in Indonesia, especially in Tangerang. This research took place at PT Wisata Wisata Indonesia (Traveltrip.id) to determine the effect of tour leader services on tourist satisfaction using Traveltrip.id services with the formulation of the problem "is there any effect of tour leader service quality on tourist satisfaction" variable in this study Variable (X) Tour Service uses Kotler and Keller (2008) theory and Variable (Y) Tourist Satisfaction uses Irawan theory (2004: 37), This study uses a quantitative approach method The instrument uses a questionnaire with a Likert scale. Instrument testing techniques in this study, namely testing the validity, and reliability. While the data analysis technique uses the classical assumption test, simple linear regression analysis and hypothesis testing. Data collection uses statistical analysis by conducting questionnaires. This study used 80 respondents taken from data with a population of 400 traveltrip.id participants in the last year and used theory according to Djatmiko (2018). 0.60 and the Y variable is  $0.907 > 0.60$  based on these results the X and Y variables are declared reliable. In the classical assumption test the normality test Asymp,Sig (2 Tailed)) value is  $0.2 > 0.05$  normally distributed test linearity Sig  $0.133 > 0.05$  there is a linear relationship between the relationship testing the results of the hypothesis test (T test) that the significant value for the (partial) effect of X on Y is  $0.00 < 0.05$  and the value of t count is 11.845 t table 1.99006 so that it can be interpreted that H1 is accepted

**Keywords: Tour Leader Service, Tourist Satisfaction**

#### Abstrak

Biro perjalanan wisata banyak sekali bermunculan, dengan berbagai gaya dan ciri khasnya sendiri-sendiri untuk lebih menarik pasar. Traveltrip.id merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang ada di Indonesia terkhusus di Tangerang, Penelitian ini bertempat di PT Wisata Perjalanan Indonesia (Traveltrip.id) dengan rumusan masalah "adakah pengaruh kualitas layanan tour leader terhadap kepuasan wisatawan" variabel dalam penelitian ini Variabel (X) Layanan Tour menggunakan

teori Kotler dan Keller (2008) dan Variabel (Y) Kepuasan Wisatawan menggunakan teori Irawan (2004 : 37), Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif Instrumen menggunakan angket dengan skala likert. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini, yaitu uji validitas, dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis. Pengumpulan data menggunakan analisis statistik dengan melakukan kuisioner. Penelitian ini menggunakan 80 responden diambil dari data dengan populasi 400 peserta traveltrip.id satu tahun terakhir dan menggunakan teori menurut Djatmiko (2018 Berdasarkan pengujian validitas nilai r hitung lebih besar dari rtabel 0.361 dan seluruh pernyataan dinyatakan valid. Pada pengujian reliabilitas variabel X yaitu yaitu  $0.894 > 0.60$  dan variabel Y yaitu  $0.907 > 0.60$  berdasarkan hasil tersebut variabel X dan variabel Y dinyatakan reliabel. Pada pengujian uji asumsi klasik uji normalitas nilai Asymp,Sig (2 Tailed)) sebesar  $0,2 > 0,05$  terdistribusi normal uji linieritas Sig  $0,133 > 0,05$  ada hubungan linear antar hubungan pengujian hasil uji hipotesis (uji T) bahwa nilai signifikan untuk pengaruh (parsial) X terhadap Y adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $11.845 > t$  tabel  $1.99006$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima

**Kata kunci : Layanan Tour Leader, Kepuasan wisatawan**

## **1. Pendahuluan**

Sektor Biro Perjalanan Wisata adalah bisnis pariwisata yang menyediakan berbagai jasa seperti tiket perjalanan, transportasi, penginapan, dan layanan pendamping wisata (Tour Leader). Dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini mengalami pertumbuhan pesat. Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini berfokus pada penyediaan produk dan layanan berkualitas tinggi guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Biro perjalanan wisata di Indonesia pun semakin menyadari pentingnya kualitas pelayanan dalam mencapai kepuasan konsumen. Traveltrip.id merupakan salah satu biro perjalanan wisata di Tangerang, Indonesia. Perusahaan ini menawarkan layanan Biro Perjalanan Wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, termasuk penjualan paket wisata dan jasa Tour Leader. Traveltrip.id menempatkan pelayanan sebagai prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik. Tour Leader memiliki peran penting dalam perjalanan wisata. Mereka tidak hanya memimpin rombongan, tetapi juga bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendampingi peserta perjalanan, mengkonfirmasi persiapan perjalanan, seperti transportasi, penginapan, tempat wisata, dan makanan. Selain sebagai pemimpin, Tour Leader juga sebagai manajer dan pengambil keputusan dalam hal terkait perjalanan. Kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan terhadap wisatawan sangat memengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap aktivitas wisata. Kehidupan sebuah perusahaan di sektor ini sangat bergantung pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam persaingan ketat, lembaga penyedia jasa harus terus memanjakan pelanggan dengan pelayanan terbaik agar dapat memenangkan persaingan. Pelanggan cenderung mencari produk atau jasa dari perusahaan yang mampu memberikan layanan terbaik sesuai dengan harapan mereka (Assauri, 2003).

## **2. Metode**

Penelitian ini dilakukan di PT Wisata Perjalanan Indonesia (Traveltrip.id) di jalan Damar Raya Ruko Permata Niaga No.3:10 Tanah Tinggi Tangerang,

penelitian ini memiliki dua variabel, variabel X Layanan Tour Leader dan variabel Y Kepuasan Wisatawan dengan menggunakan teori Kotler dan Keller (2009:5) dan Irwan (2004:37).

## 2.1 Kualitas Pelayanan

Dapat dibuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan membangun citra perusahaan yang bagus harus memiliki ciri khas tersendiri yaitu sebuah pelayanan yang baik, karena pelayanan memiliki sifat yang tidak dapat berwujud. Menurut Kotler dan Keller (2009:15) terdapat lima indikator kualitas pelayanan :

- a. (Responsiveness)  
Responsiveness adalah kesediaan untuk menggunakan Bahasa dan informasi yang jelas, untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang tepat dan sesuai.
- b. (Reliability)  
Kemampuan ketika perusahaan menjamin pelanggan akan memberikan fasilitas yang sangat baik. Ia harus menepati janji untuk menghindari rasa kecewa pelanggan.
- c. (Assurance)  
Jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. Emphaty  
Memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan
- e. Tangibles  
Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta pegawainya.

## 2.2 Kepuasan Wisatawan

Dimensi Kepuasan Pelanggan Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004 : 37), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu :

### a. Price

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for 10 money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

### b. Service Quality

Service quality sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.

c. *Product Quality*

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

d. *Emotional Factor*

Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

f. *Efficiency*

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

Didalam pelayanan tour leader ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, menurut peneliti dan teori Menurut Kotler dan Keller (2009:15) terdapat lima indikator kualitas pelayanan Daya tanggap (Responsiveness) Keandalan (Reliability), jaminan (Assurance), Emphaty, Tangibles, dan indikator kepuasan wisatawan yaitu Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Emosional, Harga. Dan didapatkan hasil pada setiap pernyataan kuesioner yang diajukan kepada responden memiliki variasi jawaban yang berbeda-beda, hal ini sejalan dengan perbedaan persepsi masing-masing individu

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	60.83	80.764	.694	.968
2	60.83	79.523	.821	.967
3	60.97	79.068	.741	.967
4	60.97	76.378	.798	.967
5	61.03	79.413	.676	.968
6	60.80	79.131	.776	.967
7	60.97	75.344	.878	.965
8	61.07	74.409	.802	.967
9	61.03	75.068	.824	.966

10	60.97	74.654	.881	.965
11	60.73	80.547	.820	.967
12	60.93	76.961	.795	.967
13	61.03	76.033	.902	.965
14	60.90	75.886	.936	.964
15	61.13	72.120	.904	.965

Hasil dari SPSS yang telah di teliti terlihat dari *corrected*

*item - total correlation* menghasilkan nilai  $> R_{\text{tabel}}$  (pada taraf signifikan 0,361) maka dengan ini pernyataan dianggap valid.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	44.20	45.269	.750	.894
2	44.13	46.051	.697	.896
3	44.23	46.323	.874	.891
4	44.27	46.961	.613	.900
5	44.23	45.771	.868	.890
6	44.30	47.666	.597	.901
7	44.97	48.447	.362	.915
8	45.30	47.803	.286	.927
9	44.43	43.978	.716	.895
10	44.30	45.183	.756	.893
11	44.13	46.533	.798	.893
12	44.27	45.926	.871	.891

Hasil dari SPSS yang telah di teliti terlihat dari *corrected item - total correlation* menghasilkan nilai  $> R_{tabel}$  (pada taraf signifikan 0,361) maka dengan ini pernyataan dianggap valid.

### Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	15

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	12

Dari table diatas dapat dilihat bahwa pernyataan yg telah diteliti menghasilkan nilai Cornbach Alpha 0,9 pada variabel X dan Cornbach Alpha 0,9 pada variabel Y maka pertanyaan dinyatakan dapat dipercaya.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.85522469
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.047
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp,Sig (2 tailed) sebesar  $0,200 > 0.05$  sehingga data tersebut terdistribusi normal.

### Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined )	2618.359	28	93.513	7.071	.000
		Linearity	2110.517	1	2110.517	159.579	.000
		Deviation from Linearity	507.843	27	18.809	1.422	.133
	Within Groups		740.629	56	13.226		
	Total		3358.988	84			

Berdasarkan hasil uji linieartas pada atbel diatas dapat diketahui nilai Sig.0.133

> 0.05 sehingga ada hubunga yang linier secara siginifikan antar variabel

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant )	9.112	3.210		2.838	.006
	X	.608	.051	.793	11.845	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pengujian analisis regresi linier sederhana yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi yaitu  $Y = 9.112 + 0,608$  Nilai Constan berarti nilai variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dengan nilai sebesar 9.720

tanpa adanya pengaruh variabel X. tapi jika ada peningkatan satu nilai dari variabel pengaruh layanan tour leader (X) maka minat berkunjung wisatawan sebesar 608 yang berarti

positif

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	9.112	3.210		2.838	.006
	X	.608	.051	.793	11.845	.000

a. Dependent Variable: Y

Menurut hasil pada tabel diatas, nilai signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar  $0.00 < 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 11.845 > t_{tabel} 1.99006$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh layanan tour leader terhadap kepuasan wisatawan.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Layanan Tour Leader Terhadap Kepuasan Wisatawan Menggunakan Jasa Traveltrip.id." Penelitian ini menganalisis data menggunakan berbagai uji statistik seperti uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear sederhana. Data dikumpulkan melalui kuisioner tertutup yang diisi oleh 86 responden dengan latar belakang wisatawan yang menggunakan layanan traveltrip.id. Rumusan masalah dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian. Pertama, apakah layanan tour leader berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? Kedua, seberapa besar pengaruh layanan tour leader terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa traveltrip.id? Penelitian bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan di atas. Teori mengenai kualitas layanan tour leader diukur melalui lima indikator: responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibility. Sedangkan dimensi kepuasan pelanggan atau wisatawan meliputi harga, kualitas layanan, kualitas produk, dan aspek emosional. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menguji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan hipotesis. Populasi penelitian melibatkan 400 peserta traveltrip.id dalam satu tahun terakhir, tetapi hanya 80 responden yang terlibat dalam penelitian ini. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara layanan tour leader (variabel X) dan kepuasan wisatawan (variabel Y). Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0.608, menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel. Dengan kata lain, layanan tour leader memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa traveltrip.id. Hasil uji hipotesis (uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Selain

itu, nilai thitung (11.845) juga lebih besar dari ttabel (1.99006). Oleh karena itu, hipotesis (H1) diterima, yang menyiratkan adanya pengaruh signifikan antara layanan tour leader (X) dan kepuasan wisatawan (Y).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Darmardjati, R.S. 2010. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Jakarta: Pradyna Paramita
- Darwin Damanik, Nasrullah Nasrullah, Bonaraja Purba, dkk (2022). Ekonomi Pariwisata Konsep, Pemasaran dan Pembangunan. Yayasan Kita Menulis.
- Fitria Murbarani, Stefanus Supriyanto (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brady And Cronin Di Poli Anak Jurnal Unair.
- Husaini Usman, R. Purnomo Setiady Akbar, 2006, Pengantar Statistika, Edisi Kedua, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- P.Sinambela, L., & Sinambela, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Depok: PTRajagrafindo Persada.
- Susanne Heeger-Hertter Silvia Rossetti ( 2018 ) Internasional Labour Organization – Geneva 2018 On-call work in the Netherlands: trends, impact and policy solutions
- Suwena, K., & Widyatmaja, G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata.
- Yeoti, D.O. (2001). Tours and Travel Management. Jakarta : Pradyna Paramita
- Yeoti, O.A. ( 2013). Tour Leader Profesional. Bandung : ANGKASA BANDUNG
- Yoeti,Oka.A. 2013. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung:Angkas