



Jurnal wisataMuh

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

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MALIKA TOUR AND TRAVEL KOTA TANGERANG

Ratna Yuni Kartika, Raden Asri Kartini, Adrial
Prodi Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif, Universitas Muhammadiyah Tangerang
ratnayk96@gmail.com, radenasrikartini75@gmail.com, adrialwathan@gmail.com

Abstract. *Customer satisfaction and dissatisfaction are feelings of satisfaction or dissatisfaction with what is offered by consumers. Satisfied consumers will return to using the services the company provides. The method used in this study is an associative quantitative approach using validity, reliability, correlation analysis, normality test, simple linear regression, and t-test. The total population that the authors obtained in this study 3.000 congregations in August 2022 – March 2023. The sampling in this study was by using probability sampling technique and the slovin formula so that the sample obtained 97 respondent. The method used in this study is to use a validity test with an r table of 0,1996 and 20 statements have been declared valid. In the reliability test, the statements have been declared reliable with a critical value of $> 0,60$ which results in service quality of 0,976 and customer satisfaction of 0,964. The results of the correlation analysis of service quality have a significance value of 0,00 and customer satisfaction of 0,00 with a significance level of $< 0,05$, so these variables can be stated to be correlated. The results of the normality test state that the data is normally distributed because the points spread around the diagonal line and follow the direction of the diagonal line. The results of a simple linear regression test produce a constant value of -0,860, which means that the coefficient is negative. The results of the t-test show that the variables*

physical evidence, assurance, and responsiveness have a significant effect on customer satisfaction because their significance value is smaller than the alpha value of 0,05, while the attention and reliability variables given by PT. Malika Tour and Travel has no significant effect.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction

Abstrak. Kepuasan serta ketidakpuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidakpuasnya konsumen dengan apa yang ditawarkan. Konsumen yang puas, akan kembali memakai layanan yang perusahaan berikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis korelasi, uji normalitas, regresi linier sederhana, dan uji T-test. Jumlah populasi yang penulis dapatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 3000 orang jama'ah pada bulan Pada Agustus 2022 – Maret 2023. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *probability sampling*, dan rumus slovin sehingga sampel yang didapatkan sebanyak 97 orang responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan uji validitas dengan r tabel sebesar 0,1996 dan pernyataan sebanyak 20 sudah dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas, pernyataan sudah dinyatakan reliabel dengan nilai kritis $> 0,60$ yang mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 0,976 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,964. Hasil analisis korelasi dari kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,00 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,00 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel tersebut dapat dinyatakan berkorelasi. Hasil uji normalitas menyatakan bahwa data terdistribusi secara normal karena titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Hasil uji regresi linier sederhana menghasilkan nilai konstanta -0,860 yang artinya nilai koefisien tersebut bernilai negatif. Hasil uji t-test diketahui bahwa variabel bukti fisik, jaminan, dan cepat tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadapkepuasan pelanggan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha 0.05, sedangkan variabel perhatian, dan kehandalan yang diberikan PT. Malika Tour and Travel tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Kepuasan serta ketidakpuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidakpuasnya konsumen dengan apa yang ditawarkan. Konsumen yang puas, akan kembali memakai layanan yang perusahaan berikan. Hal itu akan menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan akan memperhatikan segala sesuatu yang dibutuhkan pelanggan, mengenali kebutuhan dan kepuasan yang diharapkan pelanggan terhadap layanan perusahaan. Jika melihat realita saat ini, banyak terjadi penyimpangan yang seharusnya tidak dilakukan oleh pihak pengelola haji dan umroh dalam pelaksanaannya, semacam jama'ah yang tidak dapat pergi ke Tanah Suci.

PT. Malika Tour and Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Haji Khusus, Umroh, serta Transportasi Bus Pariwisata, yang didirikan pada tahun 2007 M di Kota Tangerang, yang berkantor pusat di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1 RT. 004/003, Kel. Babakan, Kec. Kota Tangerang, Provinsi Banten 15118. Hingga saat ini perusahaan dikelola oleh Bapak H. Ahmad Multazam, S.Pdi yang merupakan direktur utama dari kepemilikan Malika Tour and Travel

Adapun permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Pelayanan apa saja yang diberikan dan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Malika Tour and Travel?
2. Bagaimana kualitas pelayanan PT. Malika Tour and Travel kepada jama'ah?
3. Apakah kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Malika Tour and Travel?

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Mhd Rusydi (2017:39) mengutip dari Nasution (2004:47) adalah suatu pengendalian atas tingkat kebaikan yang diperlukan untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sementara itu, Aniesa (2021:53) mengutip dari Ryan (1996), mencirikan kualitas layanan sebagai apa pun tentang barang atau tersebut tersebut berkontribusi untuk memenuhi tuntutan eksplisit atau implisit. Terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*),
2. Keandalan (*reliability*),
3. Cepat tanggap (*responsiveness*),
4. Jaminan (*assurance*),
5. Perhatian (*emphaty*).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2003:61) dalam buku I Gusti Rai Utama (2016:181), bahwa kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai respons emosional individu, yang ditandai dengan kepuasan atau ketidakpuasan, yang berasal dari evaluasi kinerja produk yang dirasakan sehubungan dengan harapan yang telah ditentukan sebelumnya dan hasil komparatif. Sedangkan Oliver et al (1999:392) mengatakan bahwa, kepuasan pelanggan adalah penilaian terhadap hasil yang terkait dengan pembelian suatu produk.

Fandy Tjiptono (2014:101) mengutip Hawkins dan Loney pada topik indikator kepuasan pelanggan, antara lain sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan, adalah seberapa cocok pengalaman pelanggan dengan harapan mereka tentang kinerja produk.
- b. Minat berkunjung kembali, adalah kegiatan dilakukan oleh konsumen yang ingin membeli kembali produk perusahaan.
- c. Bersedia untuk merekomendasi, adalah perilaku dimana konsumen mempromosikan sesuatu kepada orang lain atau kerabat terdekatnya.

3. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan penggunaan pendekatan kuantitatif, dimana hubungan antara dua variabel atau lebih dijelaskan dengan menggunakan kerangka asosiatif. Sugiyono (2017) yang

dikutip Abdul Gofur (2016:43) mendefinisikan penelitian asosiatif sebagai studi tentang hubungan antara dua atau lebih elemen. Menjelaskan, memperkirakan, serta memperluas gagasan yang ada, semuanya dapat memperoleh manfaat dari penyelidikan ini.

Populasi adalah sekelompok hal atau orang dengan kesamaan yang cukup bagi para peneliti untuk membuat kesimpulan yang berarti tentang mereka (Sugiyono, 2015:61-64) dikutip oleh Nikolaus Duli (2019:56). Sehingga populasi yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini yaitu jama'ah umroh PT. Malika Tour and Travel pada periode Agustus 2022 – Maret sebanyak 3000 orang jama'ah. Pendekatan *Probability Sampling* digunakan dalam penelitian ini, yang memberikan kemungkinan yang sama bagi setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel. Berdasarkan rumus slovin, sampel didalam penelitian ini dari 3000 populasi jama'ah pada periode Agustus 2022 – Maret 2023 dengan tingkat kesalahan 10% adalah dibulatkan menjadi 97 orang jama'ah umroh. Uji yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Analisis Korelasi, Uji Regresi liner sederhana, Uji Normalitas, Uji Hipotesis t.

4. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas penelitian ini menggunakan aplikasi pengolah data SPSS *for windows* versi 27. Dapat diketahui hal ini terbukti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas dan reliabilitas. Kuesioner penelitian ini dibagikan kepada responden yang pernah mendaftarkan diri untuk melaksanakan ibadah umroh di PT. Malika Tour and Travel untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan PT. Malika Tour and Travel kepada jama'ah. Berdasarkan hasil uji analisis korelasi penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS *for windows* versi 27. Dari penelitian ini dapat diketahui pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Malika Tour and Travel. Serta dapat dilihat bahwa penelitian ini memberikan bukti bahwa, terdapat korelasi positif antara ukuran kualitas layanan dan ukuran kepuasan pelanggan pada PT. Malika Tour and Travel.

Berdasarkan hasil uji normalitas data, peneliti dapat menyimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal karena penyebarannya simetris di sekitar garis dan kira-kira sejajar dengan diagonal.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana Koefisien determinasi penalaran garis lurus antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,901 yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut pada PT. Malika Tour and Travel adalah sebesar 90.1% serta sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil uji regresi linier sederhana memiliki persamaan $Y = -0,860 + 0,444X$ dapat diartikan bahwa setiap ada penurunan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,860. Maka dengan adanya hasil temuan ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel. Jika kualitas meningkat, maka lebih banyak pelanggan akan senang. Berdasarkan pada uji T-Test diketahui bahwa Jika dibandingkan dengan nilai alpha 0,05, nilai signifikansi variabel bukti fisik, jaminan, dan cepat tanggap menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Sedangkan variabel perhatian dan kehandalan yang diberikan PT. Malika Tour and Travel tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi pengolah data SPSS *for windows* versi 27 dalam penelitian ini, Dapat diketahui hal ini terbukti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas dan reliabilitas. Dari hasil penelitian terlihat bahwa terdapat korelasi positif antara faktor kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan pada PT. Malika Tour and Travel. Hasil uji normalitas data, karena titik-titik data yang tersebar di sekitar garis dan keselarasannya yang tampak dengan diagonal menunjukkan

distribusi yang terdistribusi secara normal. Hasil uji regresi linier sederhana memiliki persamaan $Y = -0,860 + 0,444X$ dapat diartikan bahwa pelanggan menjadi kurang puas dengan layanan perusahaan jika kualitas layanan tersebut menurun sebesar 0,860. Pada uji T-Test diketahui bahwa terdapat korelasi yang kuat antara karakteristik bukti nyata, jaminan, dan daya tanggap dengan kepuasan pelanggan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai alpha 0.05. Sedangkan variabel perhatian dan kehandalan yang diberikan PT. Malika Tour and Travel tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka penulis mencoba memberikan masukan sebagai berikut :

1. Sebaiknya lebih ditingkatkan kualitas pelayanan yang terdapat di PT. Malika Tour and Travel, karena mengingat faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan termasuk keunggulan layanan.
2. Diharapkan bahwa temuan studi ini akan memberikan kontribusi secara teoritis untuk diskusi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Penulis bermaksud agar penelitian ini menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut agar lebih mendalami setiap variabel yang dijadikan untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, Amy Afdhita. (2020). *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel”*, Skripsi (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Bafadhal, Aniesa Samira. (2021). *“Manajemen Komplain dan Kualitas Layanan Pariwisata”* (Yogyakarta: Deepublish, Cet.1)
- Bahri, Syamsul dan Fahkry Zamzam. (2014). *“Model Penelitian Berbasis SEM-AMOS”*, (Yogyakarta: Deepublish, Cet.1)
- Daryanto. (2021). *“Konsumen Dan Pelayanan Prima ed. revisi”* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, Cet.1)
- Duli, Nikolaus. (2019) *“Metodologi Penelitian Kuantitatif”* (Yogyakarta, Deepublish, Cet.1)
- Elvera. (2019). *“Pemasaran Pariwisata, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan”* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka)
- Fajar, Khoirul. (2022). *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umroh Reguler Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah Pada Al-Malik Travel Tahun 2019”*, Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah)
- Gofur, Abdul. (2019). *”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”*, Jurnal (Jakarta: Universitas Islam Attahiriyah)
- Hardiyansyah. (2018). *“Kualitas Pelayanan Publik ed.revisi”*. (Yogyakarta: Gava Media, Cet.1)
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2016) *“Pengantar Industri Pariwisata ed. revisi”* (Yogyakarta: Deepublish, Cet.2)
- Idrus, Salim Al. (2019). *“Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.”* (Jakarta: Media Nusa Creative, Cet.1)
- Ismayani, Ade. (2019). *“Metodologi Penelitian”*, (Aceh: Syiah Kuala University Press, Cet.1)
- Kasmir. (2011). *“Etika Customer Service”* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)

- Laksana, Muhammad Fajar. (2019). *“Praktis Memahami Manajemen Pemasaran”*. (Depok: Khalifah Mediatama, Cet.1)
- Lupiyoadi, Rambat. (2011). *‘Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik ed.1’*. (Jakarta: Salemba Empat)
- Mhd Rusydi. (2017). *“Customer Excellence”* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, Cet.1)
- Muljono, Pudji. (2012), *“Metodologi Penelitian Sosial”* (Bogor:d PT. Penerbit IPB Press, Cet.1)
- Sahabuddin, Romansyah. (2019). *“Manajemen Pemasaran Jasa”* (Pustaka Taman Ilmu, Cet.1)
- Sugiyono. (2013). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”* (Bandung: Alfabeta)
- Tannady, Hendy. (2015). *“Pengendalian Kualitas”* (Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet.1)
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2022). *“Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan ed.1”* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, Cet.1)
- Tjiptono, Fandy. (2014). *“Manajemen Jasa”* (Yogyakarta: Penerbit ANDI)
- Wijaya, Tony. (2018). *“Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano ed.2”* (Jakarta: PT. Indeks, Cet.1)
- Zamzam, Fahkry dan Firdaus. (2018). *“Aplikasi Metodologi Penelitian”* (Yogyakarta: Deepublish, Cet.1)
- Zulkarnain, Wildan dan Raden Bambang Sumarsono. (2018). *“Manajemen dan Etika Perkantoran, Praktik Pelayanan Prima”* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet.1)