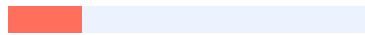




# Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

## 20%



**Overall Similarity**

**Date:** Apr 28, 2023

**Matches:** 617 / 3064 words

**Sources:** 42

**Remarks:** Moderate similarity detected, you better improve the document (if needed).

**Verify Report:**

Scan this QR Code



## KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN PARIWISATA TERHADAP KINERJA PERMATA

TOURS Nyoman Mastiani Nadra<sup>1</sup>, Ni Luh Eka Armoni<sup>2</sup>, AAA Ngurah Harmini<sup>3</sup>, I GustiMade Wendri<sup>4</sup> 1234Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali Kampus Bukit Jimbaran-

Bali, Telp.+62 361 701981 E-mail: 1mastianinadra@pnb.ac.id, 2luhekaharmoni@pnb.ac.id,

3gunghar@pnb.ac.id. 4gustimadewendri@pnb.ac.id ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan serta faktor-faktor

yang perlu mendapatkan prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini

adalah penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan menggunakan skor. Data yang diolah

berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner koresponden. Dengan

menggunakan Performance Important Analysis didapat hasil bahwa tidak ada

atribut/variable pada kuadran A yang menyebabkan mahasiswa tidak puas/kecewa. Pada

kuadran B menunjukkan faktor faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan, kuadran ini perlu dipertahankan karena pada umumnya tingkat

pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan mahasiswa. Kuadran C

menunjukkan beberapa variable <sup>14</sup> yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan,

dalam pelaksanaannya oleh perusahaan biasa biasa saja, dianggap kurang penting dan

kinerjanya kurang memuaskan. Kuadran D menunjukkan variabel <sup>5</sup> yang mempengaruhi

pelanggan kurang penting tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tapi

kinerjanya memuaskan. Rekomendasi berupa self evaluation bagi Permata Tours dan

Peace Tours dan dapat dipakai acuan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa

dalam memberikan pelayanan yang lebih berkualitas. KATA KUNCI :kualitas layanan,

kepuasan, studi Tour SATISFACTION LEVEL OF STUDENTS OF TOURISM

DEPARTMENT ON THE PERFORMANCE ON PERMATA TOURS ABSTRACT.The aim

of this research is to find out both the important factors supposed to be important by

customers and factors which are prioritized to get higher level's satisfaction of the

customers. Research design is by using qualitative approach which is then quantitiized.

The analizing data from questioner got from respondens. The application of Performance

Important Analysis yielded the results indicating that there are no variables/attributes on Quadrant A that lead to dissatisfaction/ disappointment. Quadrant B shows the attributes or factors that determine the level of satisfaction. This quadrant needs to be maintained as the performance has met the approval and expectation. Quadrant C shows some of the variables with less impact on the customers and in the operation it is conducted with inadequate success, considered as of lesser importance with unsatisfactory results. The factor in Quadrant D shows the variables that impact the customers, not the most important ones yet their performance satisfies. Recommendation addressed to both Permata Tour and Peace Tour the recommendation of which to be considered as a self evaluation material. The evaluation is as a strategy of achieving a high level of satisfaction for the customers. . KEY WORDS: service quality, satisfaction, study tour

19

Biro Perjalanan Wisata adalah suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa-jasa pelayanan yang diberikan kepada

SOSHUM 23 JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 299

pelanggannya. Produk utama dari BPW adalah paket wisata itu sendiri, dengan beberapa keuntungan seperti kepastian, efisiensi waktu, informasi yang akurat dan harga yang lebih murah (Desky, 2001) Produk dan Pemasaran tidak dapat dipisahkan dan merupakan kegiatan 24 untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen

dengan cara yang efisien dengan maksud menciptakan permintaan yang efektif

(Nitisemito,1993). Sedangkan pengertian lainnya menyebutkan bahwa pemasaran 15

merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada 35 pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 1996). Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan harus

memadukan keputusan pemasarannya dengan fungsi perusahaan lainnya. Swasta (1996) menyatakan bahwa pada dasarnya 36 perusahaan yang ingin mempraktikkan orientasi

**konsumen** haruslah memperhatikan hal-hal berikut ini (a) menentukan kebutuhan pokok konsumen yang akan dilayani, (b) memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran dalam penjualannya, (c) **10 menentukan produk dan program pemasarannya**, (d) **mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap, tingkah laku pelanggan**, (e) menentukan dan melaksanakan strategi yang paling **16 baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik**. Kepuasan pelanggan merupakan syarat maksimal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Tjiptono (1998) menyatakan **17 kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya** memberikan outcome yang **sama atau melampaui harapan** pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Supranto (1997) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan sangat puas. Menurut Kotler (2002) untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti (1) sistem keluhan pelanggan, (2) ghost shopping, (3) lost customer analysis, (4) survey kepuasan pelanggan. Sistem keluhan pelanggan dapat dilakukan untuk mengetahui bagaimana respons mengenai saran, pendapat dan keluhan pelanggan. Ghost shopping dilakukan dengan mempekerjakan orang dengan peran sebagai pelanggan produk atau jasa pesaing. Lost customer analysis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kenapa pembeli itu berhenti. Hal ini dilakukan guna mengambil kebijakan selanjutnya. Survei kepuasan pelanggan juga perlu dilakukan guna mendapatkan **27 tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan** juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan akan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Tjiptono (1997) menyatakan metode survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan pengukuran sebagai berikut: (1) dengan memberikan pertanyaan secara langsung seperti ungkapan seberapa puasakah pelanggan dengan skala sangat

tidak puas, tidak puas, netral, puas atau sangat puas. (2) dengan memberikan pertanyaan mengenai seberapa besar pelanggan mengharapkan suatu atribut

2 SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 300

tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.(3) pelanggan diminta mengungkapkan masalah yang mereka hadapi, kedua saran-saran untuk melakukan perbaikan. (4) dengan

21 merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Menurut Kotler (1995) jasa merupakan setiap tindakan atau

kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Sedangkan menurut

Tjiptono (1995) jasa atau 26 service merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa menurut Kotler (1995) memiliki empat (4) karakteristik utama

jasa adalah tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, variabilitas, dan tidak tahan lama.

Parasuraman dalam Tjiptono (1998) menyatakan konsumen menggunakan beberapa

atribut/faktor untuk mengukur tingkat kepuasannya yaitu berupa (a) bukti langsung

(tangibles) yang 30 meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi,

(b) Keandalan (reliability) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan

dengan segera, akurat, dan memuaskan, (c) daya tanggap (responsiveness) yaitu

keinginan para staf membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan

tanggap, (d) jaminan 3 (assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan

dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-

raguan, (e) empati (emphaty) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan,

komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Penelitian Ida Manulang (2008) tentang 25 kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan maskapai penerbangan Garuda menekankan pada pengaruh mana yang lebih

dominan diantara 5 dimensi pelayanan yakni tangible, realibility, responsiveness,

assurance dan emphaty. Pelayanan yang diberikan Permata Tours sebagai salah satu

komponen yang sangat penting dan perlu ditangani secara baik dan profesional.

Pelayanan yang diberikan Permata Tours dapat dilihat langsung atau berwujud (tangible),

kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), aspek jaminan (assurance) dan aspek empati (emphaty). Salah satu sasaran akhir dari pelayanan yang diberikan oleh Permata Tours adalah memberi kepuasan kepada mahasiswa. Kualitas pelayanan harus ditingkatkan agar pelanggan merasa puas, dan setelah kepuasan dicapai maka diharapkan akan menambah loyalitas pelanggan (Lubis, 2013).<sup>22</sup> Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan (Dwiwinarsih, 2009) Peace Tours sebagai Teaching Factory Jurusan Pariwisata bekerja sama dengan Permata Tours sebagai travel agent yang menangani Study Tour berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sebelum program dimulai, selama program berlangsung dan setelah program berakhir. Dari 242 siswa yang ikut Study Tour dan dari pelayanan yang diberikan Permata Tours mereka mendapatkan kepuasan yang berbeda. Tingkat kepuasan mahasiswa jurusan pariwisata yang mengikuti program ini merupakan tolok ukur tertinggi terhadap kinerja Permata Tours. Berdasarkan atas<sup>34</sup> latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan: faktor-faktor apakah yang dianggap penting oleh konsumen serta faktor-faktor apa saja yang harus mendapat

SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 301

prioritas dalam memberikan pelayanan pada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1)<sup>31</sup> untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan untuk terciptanya kepuasan pelanggan, (2)<sup>32</sup> untuk mengetahui faktor-faktor yang perlu mendapatkan prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif, di mana data kualitatif dikuantitatifkan dengan pemberian skor. Hal<sup>37</sup> ini dikarenakan responden memiliki perbedaan pandangan untuk setiap jawabankuesioner yang diberikan, jawaban responden atas kuesioner tersebut merupakan data kualitatif. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer.<sup>28</sup> Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan mengajukan beberapa pertanyaan dalam bentuk

kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan <sup>38</sup> simple random sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak kepada populasi yang dijumpai/berkaitan dengan tujuan penelitian. Populasi yang akan dijadikan <sup>39</sup> sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan pariwisata PNB. Menurut Riduwan (2006) besarnya sampel penelitian adalah 5 sampai 10 kali jumlah indikator/variable, jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 15, sehingga besarnya sampel berada pada rentang 75 - 150. Ukuran sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, serta data dikumpulkan dengan mengajukan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden. Untuk menjawab permasalahan yang ada maka dalam penelitian ini digunakan metode Analisis Tingkat Kepentingan atau Importance Performance Analysis (Supranto, 1997). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Dari perbandingan kedua variabel tersebut maka diperoleh tingkat kesesuaian responden. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:  $Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$  <sup>8</sup> Di mana : Tki = tingkat kesesuaian responden Xi = skor penilaian kinerja perusahaan Yi = skor penilaian kepentingan pelanggan Sedangkan untuk menentukan skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan maka digunakan rumus:  $\frac{\sum xi}{\sum xi}$

<sup>2</sup> SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 302

$X = Y = n$  Untuk memberikan bobot /nilai pada setiap jawaban yang dipilih oleh responden mengenai penilaian mereka terhadap pelayanan, maka digunakan skala likert (Supranto, 1997) yang untuk pelaksanaannya terdiri atas: a. Jawaban sangat baik (SB) <sup>9</sup> diberi bobot 5 berarti responden sangat puas b. Jawaban baik (B) diberi bobot 4 berarti responden puas c. Jawaban cukup baik (CB) diberi bobot 3 berarti responden cukup puas d. Jawaban kurang baik (KB) diberi bobot 2 berarti responden kurang puas e. Jawaban tidak baik (TB) diberi bobot 1 berarti responden tidak puas Sedangkan untuk kepentingan setiap atribut (importance) diberikan lima penilaian dengan bobot berikut: a. Jawaban

sangat penting (Sp) 4 diberi bobot 5 b. Jawaban penting (P) diberi bobot 4 c. Jawaban cukup penting (Cp) diberi bobot 3 d. Jawaban kurang penting (Kp) diberi bobot 2 e.

Jawaban tidak penting (Tp) diberi bobot 1 Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik titik (X , Y), di mana X merupakan rata-rata dari skor tingkat kepuasan mahasiswa 7 seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya 18 tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius (Supranto, 1997) HASIL DAN PEMBAHASAN Study Tour Jurusan Pariwisata

ditangani oleh Permata Tour berlangsung dari tanggal 26 April hingga 1 Mei 2016 diikuti 242 mahasiswa dengan 5 Dosen Pembimbing. Tour berlangsung selama 5 hari 4 malam dengan mengunjungi Jakarta, Bandung, Jogjakarta. Perjalanan dimulai dari Bandara Ngurah Rai langsung menuju Jakarta dengan menggunakan maskapai penerbangan Garuda. Berbagai kegiatan seperti kunjungan industri ke Garuda Training Centre dan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, melakukan persembahyangan di pura Rawamangun dan mengunjungi obyek wisata Monas, Gedung Sate dan Candi Borobudur kesemuanya memberikan pengalaman yang sangat berharga. A. Analisis Kinerja dan Kepentingan Sebelum menentukan tingkat kesesuaian responden maka perlu dikemukakan variabel dalam penelitian ini seperti Variabel Kualitas Pelayanan Tangible : Fasilitas transportasi udara, fasilitas transportasi darat, fasilitas akomodasi, fasilitas di tempat makan/minum Reliability : Pelayanan supir, pelayanan staff akomodasi, pelayanan di tempat makan/minum Responsiveness : Penanganan keluhan oleh pramuwisata, ketepatan dan kelengkapan informasi pramuwisata, ketepatan waktu tour Assurance : Sosialisai tour, penampilan fisik pramuwisata

2 SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 303

Empathy : Kunjungan studi/industri, kunjungan objek, program wisata belanja (Sari, 2012) B. Tanggapan Konsumen Tanggapan konsumen berupa tingkat kepentingan



dengan kriteria: sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, tidak penting.

Tabel 1.1 Rata-Rata dari Penilaian **1 Kinerja dan Tingkat Kepentingan** No Faktor/Atribut  
Penilaian Kinerja Penilaian Kepentingan \_\_\_ X \_\_\_ Y Q 1. Sosialisasi studi tour 360 439  
3.60 4.39 QB 2. Kualitas dan fasilitas transportasi udara yang dipergunakan 473 473 4.73  
4.73 QB 3. Kualitas dan fasilitas transportasi darat yang dipergunakan 318 421 3.18 4.21  
QC 4. Pelayanan supir selama dalam perjalanan 343 406 3.43 4.06 QC 5. Ketepatan dan  
kelengkapan informasi dari pramuwisata 359 436 3.59 4.36 QB 6. Penanganan keluhan  
oleh pramuwisata 346 422 3.46 4.22 QC 7. Penampilan fisik pramuwisata 381 396 3.81  
3.96 QD 8. Ketepatan waktu tour 356 430 3.56 4.30 QB 9. Kualitas dan fasilitas  
akomodasi 382 453 3.82 4.53 QB 10. Pelayanan yang diberikan staff akomodasi 338 422  
3.38 4.22 QC 11. **32 Kualitas makanan dan minuman** di tempat makan dan minum  
254 406 2.54 4.06 QC 12. Kunjungan studi/industri 404 456 4.04 4.56 QB 13. Objek dan  
daya tarik wisata yang dikunjungi 383 426 3.83 4.26 QB 14. Program Wisata  
Belanja/shopping 338 386 3.38 3.86 QC Rata rata 3.53 4.23 Sumber: Data Primer,  
2016 (diolah) Tabel 1.2 Diagram Kartesius Harapan dan Kinerja Permata Tours

**2 SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA**, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 304

Sumber: Hasil Penelitian (2016) Pada gambar 1.2 Diagram Kartesius **1 terlihat bahwa**  
**letak dari** unsur unsur pelaksanaan faktor faktor **atau atribut yang mempengaruhi**  
**kepuasan** mahasiswa tour terbagi menjadi 4 bagian. **Adapun interpretasi dari diagram**  
**kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:** 1. Kuadran A (Prioritas Utama)  
Kuadran A menunjukkan variabel **5 yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan,**  
**termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap** penting, namun manajemen belum  
melaksanakannya, sesuai dengan pelanggan sehingga mengecewakan atau pelanggan  
tidak puas. Dalam diagram kartesius diatas tidak terdapat atribut kedalam kuadran A, yang  
berarti tidak ada atribut/variabel yang menyebabkan mahasiswa tidak puas/kecewa **2. 1**  
**Kuadran B (Pertahankan Prestasi)** Kuadran B **menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang**  
**mempengaruhi kepuasan pelanggan, kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada**

umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan

mahasiswa, sehingga dapat memuaskan mahasiswa. Faktor faktor **1** yang termasuk

dalam kuadran B ini adalah: • Sosialisasi study tour (1) • Kualitas dan fasilitas transportasi udara yang dipergunakan (2) • Ketepatan dan kelengkapan informasi dari pramuwisata (5) • Ketepatan waktu tour (8) • Kualitas dan fasilitas akomodasi (9) • Kunjungan studi industri (13) A B A C A b D

**2** SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 305

• Obyek dan daya tarik wisata yang dikunjungi (14) 3. Kuadran C (Prioritas Rendah) **11**

Kuadran C menunjukkan beberapa variabel yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, dan dalam pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja, dianggap kurang

penting dan kinerjanya kurang memuaskan. Faktor faktor yang termasuk dalam kuadran C

ini adalah: • Kualitas dan fasilitas transportasi darat yang dipergunakan (3) • Pelayanan supir selama dalam perjalanan (4) • Penanganan keluhan oleh pramuwisata (6) • Kualitas dan fasilitas transportasi darat yang dipergunakan (3) • Pelayanan yang diberikan staf akomodasi (10) • **32** Kualitas makanan dan minuman di tempat makan dan minum (11) •

Pelayanan yang diberikan staf di tempat makan dan minum(12) • Program wisata belanja

(15) 4. Kuadran D (Berlebihan) Kuadran D menunjukkan variabel yang mempengaruhi

pelanggan kurang penting tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting

tapi kinerjanya memuaskan. **1** Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran D ini adalah: •

Penampilan fisik pramuwisata (7) KESIMPULAN DAN REKOMENDASI Penelitian ini

menguji kepuasan mahasiswa Jurusan Pariwisata terhadap kinerja Permata Tour. Hasil

penelitian menggunakan diagram kartesius menunjukkan bahwa dari 14 variable/atribut

yang dinilai oleh mahasiswa Jurusan Pariwisata, variabel yang berada pada kuadran A

tidak terdapat faktor-faktor yang **40** menjadi prioritas utama dan harus dilaksanakan **7**

sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti tidak ada atribut/variabel yang

menyebabkan mahasiswa tidak puas/kecewa. Kuadran B menunjukkan faktor faktor **1**

atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kuadran ini perlu dipertahankan,

karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan mahasiswa sehingga dapat memuaskan mahasiswa. 20 Kuadran C menunjukkan beberapa variabel yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan dalam pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja, dianggap kurang penting dan kinerjanya kurang memuaskan. 12 Kuadran D merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan sangat baik oleh perusahaan, namun dinilai kurang penting oleh pelanggan, sehingga terkesan berlebihan. Sebagai rekomendasi dalam penelitian ini adalah self evaluation bagi Permata Tours dan Peace Tours untuk dipakai acuan dalam memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

2 SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA, VOL. 7, NO. 3, NOPEMBER 2017 306

DAFTAR PUSTAKA Desky, M.A. (2011). Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata, Edisi

pertama Cetakan kedua, Jogjakarta: Adicita Karya Nusa. Dwiwinarsih, Rina. (2009).

Analisis 1 Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi AISY di Depok.

[www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate\\_economy/2009/artickel-11205052.pdf](http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate_economy/2009/artickel-11205052.pdf).

Kotler, P. (1995). 41 Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan

Pengendalian, Edisi kedelapan, Buku II, Jakarta: Erlangga. Kotler, P. et al. (2002).

Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan, Edisi Kedua, Versi Bahasa Indonesia,

Jakarta: PT Prenhallindo. Lubis. M Saleh (2013). "Pengaruh 25 Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Pelanggan Arumar Hotel Lubuk Sikaping". E-Journal Apresiasi

Ekonomi, Vol 1. Nomor 2 Mei 2013, hal. 77-85

[www.neliti.com/publication/40214/pengaruh-](http://www.neliti.com/publication/40214/pengaruh-). Manulang, Ida. (2008). 42 Pengaruh Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Garuda Indonesia

Airlines di Bandara Polonia Medan. Tesis. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera

Utara, Medan. Nitisemeto, Alex S. (1993). Marketing, cetakan ketiga. Jakarta: Ghalia

Indonesia. Parasuraman, A, V, A, Zeithaml, dan LL Berry. (1998). "SERVQUAL: 29 A

Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", Journal of

Retailing. Rangkuti, Freddy. (2002). 33 Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan

**Kepuasan Pelanggan Plus** Analisa Kasus PLN-JP Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. (2003). Measuring Customer Satisfaction. Jakarta PT Gramedia Pustaka

Utama. Riduwan Moh. (2006). Dasar-dasar Statistika Bandung: Alfabeta. Sari, Ratna

Juwita. (2012.) **6 Persepsi dan Interaksi Wisatawan Overwinteren Bali Indonesia terhadap Produk Inbound pada PT Kuta Cemerlang Bali Jaya Tours & Travel, Tesis,** Kajian

Pariwisata, Pasca Sarjana Unud. Stanton, J William. (1996). Prinsip Prinsip Pemasaran,

Penerjemah Yohanes Lamoto, Jakarta: Erlangga. Sugiono, Prof Dr. (2009). Metode

Penelitian Bisnis, Cetakan VIII, Bandung: CV Alfabeta. Swasta, Basu. DH. (1996). Azas

Marketing, Edisi ketiga Yogyakarta: Liberty. Supranto, J, M., APU. (2011). Prof **13**

**Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. untuk Menaikkan Pangsa Pasar,** Cetakan

keempat, April 2011. Penerbit PT Rineka Cipta: Jakarta. Supranto, J. (1997). **Pengukuran**

**Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar.** Jakarta: PT Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. (1977). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua Yogyakarta: Andi. Tjiptono,

Fandy. (1998). Manajemen Jasa. Edisi Pertama, cetakan kedua. Yogyakarta: Andi.

## Sources

1	<a href="https://123dok.com/article/diagram-kartesian-analisa-tingkat-kepuasan-konsumen-pelayanan-terminal.y65kx05z">https://123dok.com/article/diagram-kartesian-analisa-tingkat-kepuasan-konsumen-pelayanan-terminal.y65kx05z</a> INTERNET 3%
2	<a href="https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SOSHUM">https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SOSHUM</a> INTERNET 1%
3	<a href="https://konsultaskripsi.com/2019/01/04/dimensi-dimensi-kualitas-pelayanan-skripsi-dan-tesis/">https://konsultaskripsi.com/2019/01/04/dimensi-dimensi-kualitas-pelayanan-skripsi-dan-tesis/</a> INTERNET 1%
4	<a href="http://a-research.upi.edu/.operator/upload/s_mrl_055425_chapter3.pdf">http://a-research.upi.edu/.operator/upload/s_mrl_055425_chapter3.pdf</a> INTERNET 1%
5	<a href="https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/125816/File-14-BAB-II.pdf">https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/125816/File-14-BAB-II.pdf</a> INTERNET 1%
6	<a href="https://s2pariwisata.unud.ac.id/tugas_akhir?page=18">https://s2pariwisata.unud.ac.id/tugas_akhir?page=18</a> INTERNET 1%
7	<a href="http://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/">http://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/</a> INTERNET 1%
8	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id/640/3/073311020_Bab3.pdf">https://eprints.walisongo.ac.id/640/3/073311020_Bab3.pdf</a> INTERNET 1%
9	<a href="http://eng.unila.ac.id/wp-content/uploads/2015/08/RT049.pdf">http://eng.unila.ac.id/wp-content/uploads/2015/08/RT049.pdf</a> INTERNET 1%
10	<a href="http://eprints.polsri.ac.id/5987/3/FILE_3.pdf">http://eprints.polsri.ac.id/5987/3/FILE_3.pdf</a> INTERNET 1%
11	<a href="http://repository.unika.ac.id/24465/6/14.B1.0027-TIO_YANUAR_SEBASTIAN-BAB_V_a.pdf">http://repository.unika.ac.id/24465/6/14.B1.0027-TIO_YANUAR_SEBASTIAN-BAB_V_a.pdf</a> INTERNET 1%
12	<a href="https://repository.maranatha.edu/17851/7/0452194_Conclusion.pdf">https://repository.maranatha.edu/17851/7/0452194_Conclusion.pdf</a> INTERNET 1%
13	<a href="https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=616803">https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=616803</a> INTERNET 1%
14	<a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1420832&amp;val=4694&amp;title=ANALISIS_KEPUASAN_PELANGGAN_PADA_BENGGEL_CS_KNALPOT_SEMARANG_DENGAN_METODE_SERVICE_QUALITY_SERVQUAL_DAN_IMPORTANCE-PERFORMANCE_ANALYSIS_IPA">http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1420832&amp;val=4694&amp;title=ANALISIS_KEPUASAN_PELANGGAN_PADA_BENGGEL_CS_KNALPOT_SEMARANG_DENGAN_METODE_SERVICE_QUALITY_SERVQUAL_DAN_IMPORTANCE-PERFORMANCE_ANALYSIS_IPA</a> INTERNET <1%

15	<a href="http://etheses.iainkediri.ac.id/1529/3/931303014_BAB 2.pdf">http://etheses.iainkediri.ac.id/1529/3/931303014_BAB 2.pdf</a> INTERNET <1%
16	<a href="https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/eman/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-31401385-9677-ibec_cargo-chapter2.pdf">https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/eman/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-31401385-9677-ibec_cargo-chapter2.pdf</a> INTERNET <1%
17	<a href="http://repository.radenfatah.ac.id/6953/2/Skripsi BAB II.pdf">http://repository.radenfatah.ac.id/6953/2/Skripsi BAB II.pdf</a> INTERNET <1%
18	<a href="https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/1458/05.3_bab_3.pdf?sequence=8">https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/1458/05.3_bab_3.pdf?sequence=8</a> INTERNET <1%
19	<a href="https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/download/2706/2076">https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/download/2706/2076</a> INTERNET <1%
20	<a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1431616&amp;val=4128&amp;title=ANALISIS INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT IKM TERHADAP PELAYANAN PUBLIK DI PUSKESMAS XXX">http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1431616&amp;val=4128&amp;title=ANALISIS INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT IKM TERHADAP PELAYANAN PUBLIK DI PUSKESMAS XXX</a> INTERNET <1%
21	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id/210/3/17. BAB II.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/210/3/17. BAB II.pdf</a> INTERNET <1%
22	<a href="https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/757/5/128320045_file5.pdf">https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/757/5/128320045_file5.pdf</a> INTERNET <1%
23	<a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=965325&amp;val=14847&amp;title=SEGELAS TEH DAN SEPOTONG KUE DAPAT MENURUNKAN KELELAHAN DAN MENINGKATKAN KONSENTRASI">http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=965325&amp;val=14847&amp;title=SEGELAS TEH DAN SEPOTONG KUE DAPAT MENURUNKAN KELELAHAN DAN MENINGKATKAN KONSENTRASI</a> INTERNET <1%
24	<a href="https://www.hestanto.web.id/pengertian-distribusi-menurut-para-ahli/">https://www.hestanto.web.id/pengertian-distribusi-menurut-para-ahli/</a> INTERNET <1%
25	<a href="https://creatormedia.my.id/pengertian-kepuasan-konsumen-menurut-para-ahli/">https://creatormedia.my.id/pengertian-kepuasan-konsumen-menurut-para-ahli/</a> INTERNET <1%
26	<a href="http://digilib.unila.ac.id/10996/6/BAB 2 fix.pdf">http://digilib.unila.ac.id/10996/6/BAB 2 fix.pdf</a> INTERNET <1%
27	<a href="https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/209/136/">https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/209/136/</a> INTERNET <1%
28	<a href="https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/">https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/</a> INTERNET <1%
29	<a href="https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqw2orz553k1w0r45))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=3014868">https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqw2orz553k1w0r45))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=3014868</a> INTERNET <1%

30	<a href="https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/penelitian/19311_2_BAB_II.pdf">https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/penelitian/19311_2_BAB_II.pdf</a> INTERNET <1%
31	<a href="https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jmk/article/download/23385/15260">https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jmk/article/download/23385/15260</a> INTERNET <1%
32	<a href="https://www.diedit.com/skala-likert/">https://www.diedit.com/skala-likert/</a> INTERNET <1%
33	<a href="https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/7994/measuring-customer-satisfaction-teknik-mengukur-dan-strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan-plus-analisis-kasus-pln-jp.html">https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/7994/measuring-customer-satisfaction-teknik-mengukur-dan-strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan-plus-analisis-kasus-pln-jp.html</a> INTERNET <1%
34	<a href="http://eprints.ums.ac.id/32280/3/BAB_I.pdf">http://eprints.ums.ac.id/32280/3/BAB I.pdf</a> INTERNET <1%
35	<a href="https://eprints.uny.ac.id/7732/3/BAB_2-06408144012.pdf">https://eprints.uny.ac.id/7732/3/BAB 2-06408144012.pdf</a> INTERNET <1%
36	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id/7058/5/BAB_II.pdf">http://repo.uinsatu.ac.id/7058/5/BAB II.pdf</a> INTERNET <1%
37	<a href="https://www.jurnal.umjambi.ac.id/index.php/JD/article/download/45/46/">https://www.jurnal.umjambi.ac.id/index.php/JD/article/download/45/46/</a> INTERNET <1%
38	<a href="http://repository.upi.edu/10996/6/S_PKN_1006375_Chapter3.pdf">http://repository.upi.edu/10996/6/S_PKN_1006375_Chapter3.pdf</a> INTERNET <1%
39	<a href="http://repository.unp.ac.id/30396/1/4_A_INTAN_PERMATA_SARI_16135178_3183_2020.pdf">http://repository.unp.ac.id/30396/1/4_A_INTAN_PERMATA_SARI_16135178_3183_2020.pdf</a> INTERNET <1%
40	<a href="https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/download/25526/12235">https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/download/25526/12235</a> INTERNET <1%
41	<a href="https://lib.ui.ac.id/detail?id=20131940">https://lib.ui.ac.id/detail?id=20131940</a> INTERNET <1%
42	<a href="https://www.neliti.com/publications/40214/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-arumas-hotel-lubuk-sikap">https://www.neliti.com/publications/40214/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-arumas-hotel-lubuk-sikap</a> INTERNET <1%

EXCLUDE CUSTOM MATCHES      ON

EXCLUDE QUOTES              OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY      OFF