

**KUALITAS PELAYANAN TIKET
DI PT. NABILA HOLIDAY TOUR AND TRAVEL PEKANBARU**

**Oleh :Citra Sakinah Marlioni
Email : citramarlioni@yahoo.com
Pembimbing : Andi M Rifiyan Arief, SST. MM. Par**

**Program Studi Pariwisata FISIP
Universitas Riau**

ABSTRACT

This reasearch is to know how the ticket service quality at PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru. This research uses a descriptive quantitative method to describe the real state by collecting existing data field. The sample in this reasearch as many as 100 responden were taken using accidental sampling. While data collection techniques in this reasearch use observation, questionnaires, interviews. By using a Likert scale as a measuring instrument determines the length of the short interval. Based on field research that has been done, the results in the can is about ticket quality service at PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru included in the category good enough and not in accordance with the vision and mission of the company.

Key words : Quality, Service, Flight Ticket

Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini memberikan kepuasan yang mutlak adalah suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah organisasi perusahaan, namun hal ini juga terasa tidak sangat mudah untuk merealisasikan keinginan tersebut sebab banyak pemain di dalam suatu perekonomian yang bermain di dalam suatu pasar perusahaan ,ditambah lagi selera pelanggan itu tidak mungkin sama diantara satu dengan yang lainnya jadi dimungkinkan kepuasan konsumen terhadap suatu barang juga berbeda-beda , dan juga kompetisi perekonomian sangat terasa di semua sektor perekonomian di Indonesia ,terutama pelayanan jasa yang sangat dekat dengan masyarakat Indonesia, diperlukan strategi yang tepat dan cepat. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan

Pemerintah Daerah. Sedangkan industry pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (kotler,1997). Kepuasan konsumen merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Salah satu aspek yang sangat penting dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen adalah informasi yang cepat dan akurat, karena akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru adalah travel agent yang melayani reservasi tiket pesawat dari berbagai maskapai seperti Lion Air, Batik Air, Sriwijaya Air, Garuda Indonesia, Air Asia & Citilink. Selain melayani reservasi tiket, travel ini juga melayani berbagai macam paket tour domestic maupun manca Negara, pengurusan paspor, voucher hotel, serta paket umroh maupun haji. Travel ini dapat memberikan anda layanan pemesanan tiket dari pukul 08.00-22.00 Wib dan pemesanan tiket bisa melalui via telpon atau SMS. Lokasi travel terletak di Jl. Pepaya No.29B Pekanbaru, RIAU, lokasi ini sangat dirasa cukup strategis sebab sangat dekat dengan pusat Kota Pekanbaru.

Dari penjelasan tabel diatas bahwa PT. Nabila Holiday Tour and Travel itu tidak lepas dari complain para konsumen, karena complain tersebut sangat erat kaitannya dengan kemajuan kualitas pelayanan di PT. Nabila Holiday Tour and Travel tersebut.

Sehingga konsumen merasa kurang puas jika menggunakan jasa di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru, hal ini yang menjadi hambatan bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan tiket serta kualitas pelayanan yang di berikan kepada para konsumen. Dalam menghadapi situasi ini menjadi suatu pekerjaan bagi suatu organisasi perusahaan agar berupaya memberikan pelayanan serta keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut agar dapat membuat konsumen yang royal dan menambah daftar konsumen yang akan menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam

bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa pelanggan merupakan sumber pemasukan yang dapat di raih perusahaan, sebaliknya jika semakin sedikit pelanggan yang datang maka makin sedikit pula pemasukan yang dapat di raih perusahaan.

Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari sisi pelanggannya. Melihat permasalahan di atas maka penulis mengambil judul penelitian : “**Kualitas Pelayanan Tiket Di PT. Nabila Holiday Tour And Travel di Pekanbaru**”

Rumusan Masalah

Dengan melihat data yang didapat dari PT. Nabila Holiday Tour and Travel maka kita dapat mengetahui bahwa masih banyak complain – complain yang didapat disetiap tahunnya, hal ini dilihat dari frekuensinya tidak stabil. Kemungkinan hal ini dikarenakan timbulnya berbagai faktor. Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah masalah penelitian mengenai kualitas pelayanan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru.

Identifikasi Masalah

Bagaimana pengelolaan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel
Bagaimana kualitas pelayanan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel

Batasan Masalah

Dari judul penelitian di atas, penulis membatasi permasalahan yang akan di teliti oleh penulis yaitu :Penulis hanya membahas mengenai kualitas pelayanan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui kualitas pelayanan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel. Untuk mengetahui pengelolaan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel

Manfaat penelitian

Bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tiket dalam melayani pelanggan di PT. Nabila Holiday Tour and Travel. Penelitian ini juga dapat dijadikan untuk penelitian lanjutan tentang kualitas pelayanan tiket. Merupakan bahan tambahan dan informasi bagi penulis untuk mengetahui lebih jauh tentang kualitas pelayan tiket di sebuah organisasi, terutama di bidang jasa. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan data sekunder bagi kalangan akademis lainnya yang akan melaksanakan penelitian dalam kasus yang sama.

Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan masukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama.

Sebagai masukan dalam membuat atau meneliti dengan judul yang sama.

Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tjiptono (1998) dalam Julita (2001) mengemukakan kualitas pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut pendapat tersebut sebuah kualitas pelayanan atau sebagai

keunggulan-keunggulan yang diberikan perusahaan dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas sebagai alat strategis mempunyai kemampuan kompetitif dalam menghadapi perubahan lingkungan, karena selalu berupaya memperbaiki proses implementasi secara terus menerus.

Kualitas menurut para ahli pada dasarnya mempunyai esensi yang sama yaitu menyangkut tingkat kesesuaian dengan persyaratan. Kalau barang atau jasa yang telah dibeli mampu memberikan kepuasan seperti yang diharapkan maka itulah yang dinamakan berkualitas.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang ini mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006).

Dalam salah satu studi mengenai SERQUAL oleh Parasuraman (1998) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERQUAL sebagai berikut (Parasuraman,dkk.1988) dalam Lupiyoadi(2001):

Berwujud (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya

merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya

memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pelayanan

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau turunan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan ialah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan oleh seseorang.

Pelayanan yang baik kepada orang lain pada hakikatnya menunjukkan perasaan senang kepada orang tersebut. Memuaskan konsumen atau pelanggan sebenarnya adalah

memuaskan kebutuhan-kebutuhan mereka. Sebagai pemberi layanan para produsen ditantang untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Sunu, (1999:134) mengatakan bahwa “pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan memberi kemampuan seseorang guna kelancaran kegiatan operasional dan memberikan layanan kepada orang lain”. Soetopo (1994:4) menyatakan bahwa “pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan oleh orang lain”. Sedangkan menurut Siagian (1992:82) mengemukakan bahwa “pelayanan adalah aktifitas yang dilakukan untuk memberikan jasa-jasa dan kemudahan bagi masyarakat”. Sementara itu menurut Lukman (1999:9) menyatakan bahwa “pelayanan merupakan kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang lain atau mesin secadar fisik dan menyediakan kepuasan bagi pelanggannya. Dan yang selanjutnya menurut Handyaningrat (1992:131) mendefinisikan pelayanan sebagai “suatu aktifitas yang dilakukan untuk memberikan jasa-jasa dan kemudahan-kemudahan kepada masyarakat atau orang lain. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ialah usaha pihak penjual dalam memberikan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen baik itu melalui perkataan atau perbuatan.

Pelayanan merupakan kualitas suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Nawawi (2003:64) metode deskriptif yaitu metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diseliki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru jl. Pepaya No. 29b Pekanbaru 28000 Telp 0761- 34433/ Hp. 085272123388. Penelitian ini rencana akan dilakukan 3 bulan pada bulan Oktober 2015 sampai dengan Desember.

Populasi dan sampel

Populasi

Menurut Nawawi (2001:141) mengatakan bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung, pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas. Populasi penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang membeli tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel pada tahun 2015, yaitu kurang lebih sebanyak 15375 orang.

Sampel

Pada penelitian ini penulis menggunakan dua metode sampel untuk menentukan jumlah sampel dalam

penelitian, yang pertama peneliti menggunakan sampel dengan menggunakan Non Probability Sampling, Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan Accidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sesuai dengan karakteristik yang diinginkan penulis seperti benar konsumen yang datang langsung ke PT. Nabila Holiday Tour and Travel.

Jenis dan Sumber Data

Data menurut sumbernya adalah Data Primer dan Data Sekunder, data tersebut di peroleh sebagai berikut Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil survey dan pengisian kuesioner untuk mengetahui pendapat konsumen terhadap kualitas pelayanan, nilai pelanggan, keunggulan produk dari PT. Nabila Holiday Tour and Travel yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa keterangan maupun literature yang ada hubungannya dengan penelitian yang sifat melengkapi atau mendukung data primer (Hadi, 1997). Dalam penelitian data sekunder berupa data tiket pada PT. Nabila Holiday Tour and Travel.

Skala Pengukuran

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka (*numeral*) atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan-aturan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengukuran data dengan Skala Ordinal, skala yang

berdasarkan ranking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya, namun jarak antar jenjang tidak sama. Sedangkan rentang yang digunakan adalah Skala Likert.

Adapun indicator – indicator dari kualitas pelayanan penjualan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru di beri beberapa item pertanyaan yaitu sebagai berikut :

1. Tangibles dengan 5 item pertanyaan
2. Reliability dengan 5 item pertanyaan
3. Responsiveness dengan 5 item pertanyaan
4. Assurance dengan 5 item pertanyaan
5. Empathy dengan 5 item pertanyaan

Gambaran Umum PT Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru

Nabila Holiday Tour & Travel adalah sebuah travel agent yang melayani perjalanan dalam dan luar negeri, yang telah berdiri selama 2 tahun lamanya. Berdiri sejak 19 desember 2011 dengan konsep dasar melayani dan memuaskan para konsumen yang akan menggunakan jasa travel agent ini. Dimulai hanya dengan tempat ruko kecil, akhirnya travel agent ini ampu terus berkarya dan terus meningkat dengan adanya kinerja para karyawan yang telah membantu perusahaan ini.

Nabila Holiday Tour & Travel didirikan oleh Bapak Fuady Noor, beliau merupakan suami dari Ibu Maya Laura yang merupakan Pimpinan dari Nabila Holiday Tour & Travel. Nama Nabila diambil dari nama putri beliau yaitu Nabila Ghassani Fadmalia. Motto dari Nabila Holiday Tour & Travel adalah Customer Service Excellent. Mengutamakan pelayanan yang cepat, mudah, murah demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengelolaan di PT. Nabila Holiday Tour and Travel

PT. Nabila Holiday Tour & Travel adalah sebagai berikut:

- a. Komisaris
 1. Menentukan garis-garis besar kebijaksanaan umum perusahaan
 2. Menganalisa, mengevaluasi rangkaian kegiatan yang berlangsung diperusahaan
 3. Memberi nasehat dan melakukan pengawasan atas kepengurusan perusahaan
 4. Bertanggung jawab atas harta perusahaan
- b. Direktur
 1. Sebagai mandataris dari dewan komisaris dan memegang kendali perusahaan,
 2. Melaporkan kepada dewan komisaris aktifitas yang telah dijalankan sesuai dengan garis-garis besar kebijaksanaan yang telah dibuat atau disetujui oleh dewan komisaris,
 3. Menilai dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang telah dijalankan oleh masing-masing bagian,
 4. Mewakili perusahaan di dalam dan luar pengadilan tentang segala sesuatu atau kejadian yang terjadi, menjalin kerjasama dengan pihak lain, serta menjalankan tindakan baik mengenai kepengurusan maupun kepemilikan.

Kualitas Pelayanan di PT. Nabila Holiday Tour And Travel

Kualitas Pelayanan *Tangible*

Kualitas pelayanan *tangible* (bukti fisik) meliputi pegawai yang selalu memberikan pelayanan kepada pelanggan, fasilitas yang ada di sebuah

perusahaan, perlengkapan yang menunjang pegawai dalam melancarkan tugas nya melayani pelanggan, serta sarana komunikasi. Dengan demikian bukti fisik merupakan sebuah indicator yang paling kongkrit bagi sebuah perusahaan, karena wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

Penampilan perusahaan

Kualitas pelayanan *tangible* dengan indicator penampilan perusahaan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan melihat hasil dari presentase responden yang lebih banyak memilih criteria cukup baik di dibandingkan criteria yang lainnya yaitu 51 (51%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 297. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah respoden menganggap bahwa penampilan perusahaan ini belum maksimal, akan tetapi masih ada responden yang menganggap penampilan perusahaan sudah baik, yaitu dilihat pada jumlah 23 (23%) responden dari 100 responden dan adapun yang memilih kurang baik sejumlah 26 (26%) responden dari 100 responden.

1. Kebersihan lingkungan perusahaan

Kuaitas pelayanan *tangible* dengan indicator kebersihan lingkungan perusahaan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan melihat hasil dari presentase responden yang lebih banyak memilih criteria cukup baik di dibandingkan criteria yang lainnya yaitu 53 (53%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 318. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah respoden menganggap bahwa kebersihan lingkungan perusahaan ini belum maksimal, akan tetapi masih ada responden yang menganggap

kebersihan lingkungan perusahaan sudah baik, yaitu dilihat pada jumlah 34 (34%) responden dari 100 responden dan adapun yang memilih kurang baik sejumlah 13 (13%) responden dari 100 responden.

2. *Penempatan fasilitas di perusahaan*

Kualitas pelayanan *tangible* dengan indikator penempatan fasilitas di perusahaan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan melihat hasil dari presentase responden yang lebih banyak memilih kriteria cukup baik di bandingkan kriteria yang lainnya yaitu 65 (65%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 315. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden menganggap bahwa penempatan fasilitas di perusahaan ini belum sesuai, akan tetapi masih ada responden yang menganggap penempatan fasilitas di perusahaan sudah baik, yaitu dilihat pada jumlah 25 (25%) responden dari 100 responden dan adapun yang memilih kurang baik sejumlah 10 (10%) responden dari 100 responden.

3. *Pemeliharaan fasilitas perusahaan*

Kualitas pelayanan *tangible* dengan indikator pemeliharaan fasilitas perusahaan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan melihat hasil dari presentase responden yang lebih banyak memilih kriteria cukup baik di bandingkan kriteria yang lainnya yaitu 44 (44%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 328. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa pemeliharaan fasilitas perusahaan ini belum maksimal, akan tetapi masih ada responden yang menganggap perlengkapan perusahaan sudah baik, yaitu dilihat pada jumlah 42 (42%)

responden dari 100 responden dan adapun yang memilih kurang baik sejumlah 14 (14%) responden dari 100 responden.

4. *Penampilan karyawan perusahaan*

Penampilan karyawan perusahaan mendapatkan hasil cukup baik dari responden. Hal ini ditunjukkan dari presentase dimana jumlah 66 (66%) responden memilih di kriteria cukup baik dari 100 responden dengan skor 312. Dari penilaian di atas dapat dilihat bahwa penampilan pegawai perusahaan masih belum maksimal.

Berdasarkan data olahan jawaban kuesioner (angket) dengan total keseluruhan dari kelima indikatornya yaitu sebanyak 1570 dalam skala pengukuran data termasuk ke dalam rentang skor yaitu:

Cukup Baik : total skor responden 1298 – 1698

Dengan demikian terlihat bahwa dalam kualitas pelayanan *tangible* di perusahaan tersebut mendapat nilai cukup baik dari responden.

Kualitas Pelayanan *Reliability*

Kualitas pelayanan *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dari pelayanan yang akurat yang akan diberikan karyawan perusahaan kepada pelanggan akan menciptakan informasi yang benar dan jelas bagi pelanggan.

1. *Memberikan pelayanan yang akurat*

Indikator memberikan pelayanan yang akurat menunjukkan angka tertinggi pada kriteria cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil

persentase responden yang memilih di criteria cukup baik sejumlah 49 (49%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 343.

2. *Memberikan informasi yang benar*

Kualitas pelayanan *reliability* dengan indicator memberikan informasi yang benar menunjukkan angka tertinggi pada criteria cukup baik yaitu sejumlah 47 (47%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 334. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada criteria memberikan informasi yang benar.

3. *Keramahan karyawan dalam pelayanan*

Kualitas pelayanan *reliability* pada indicator keramahan karyawan dalam pelayanan menunjukkan hasil yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil presentase responden yang memilih criteria baik lebih tinggi dari pada criteria lainnya yaitu 54 (54%) responden dengan 100 responden dan skor 353. Hal ini dapat menunjukkan bahwa responden yaitu pelanggan merasa puas dengan pelayanan pelanggan dengan indicator keramahan karyawan dalam pelayanan, akan tetapi masih didapat kan responden yang memilih criteria cukup puas dengan jumlah 45 (45%) responden dan 1 (1%) responden memilih pada criteria kurang puas.

4. *Solusi penanganan keluhan pelanggan*

Kualitas pelayanan *reliability* dengan indicator solusi penanganan keluhan pelanggan menunjukkan angka tertinggi pada criteria cukup baik yaitu sejumlah 67 (67%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 329. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan

merasakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada criteria solusi penanganan keluhan pelanggan.

5. *Kerapian karyawan dalam berpakaian*

Kualitas pelayanan *reliability* dengan indicator kerapian karyawan dalam berpakaian menunjukkan angka tertinggi pada criteria cukup baik yaitu sejumlah 49 (49%) responden dari 100 responden dengan jumlah skor 337. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada criteria kerapian karyawan dalam berpakaian.

Berdasarkan data olahan jawaban kuesioner (angket) dengan total keseluruhan dari kelima indikatornya yaitu sebanyak 1696 dalam skala pengukuran data termasuk ke dalam rentang skor yaitu:

Cukup Baik : total skor responden 1298 – 1698

Dengan demikian terlihat bahwa kualitas pelayanan *reliability* di perusahaan tersebut mendapat nilai cukup baik dari responden.

Kualitas pelayanan *Responsivness*

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Pelayanan ini juga harus di perhatikan dalam menjalankan kualitas pelayanan pada suatu perusahaan dikarenakan tanggapan yang cepat sangat dibutuhkan pelanggan dalam menangani keinginan mereka.

1. *Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan*

Indicator Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan menunjukkan angka tertinggi pada

criteria baik. Hal ini di buktikan dengan hasil persentase responden yang memilih di criteria baik sejumlah 65 (65%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 355, akan tetapi belum maksimalnya dikarenakan terdapat 25 responden memilih di criteria cukup baik dan 10 responden di criteria kurang baik.

2. *Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan*

Indicator karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan menunjukkan angka tertinggi pada criteria baik. Hal ini di buktikan dengan hasil persentase responden yang memilih di criteria baik sejumlah 60 (60%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 345, akan tetapi belum maksimalnya dikarenakan terdapat 25 responden memilih di criteria cukup baik dan 15 responden di criteria kurang baik.

3. *Petugas cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan tepat*

Kualitas pelayanan *responsiveness* pada indicator petugas cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan tepat menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 45 (45%) dari 100 responden dengan skor 305 memilih di criteria cukup baik.

4. *Pelayanan informasi yang jelas*

Kualitas pelayanan *responsiveness* pada indicator pelayanan informasi yang jelas menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 55 (55%) dari 100 responden dengan skor 305 memilih di criteria cukup baik.

5. *Membiarkan pelanggan menunggu persepsi yang negatif*

Kualitas pelayanan *responsiveness* pada indicator membiarkan pelanggan menunggu persepsi yang negatif menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 47 (47%) dari 100 responden dengan skor 333 memilih di criteria cukup baik.

Berdasarkan data olahan jawaban kuesioner (angket) dengan total keseluruhan dari kelima indikatornya yaitu sebanyak 1570 dalam skala pengukuran data termasuk ke dalam rentang skor yaitu:

Cukup Baik : total skor responden 1298 – 1698

Dengan demikian terlihat bahwa dalam kualitas pelayanan *tangible* di perusahaan tersebut mendapat nilai cukup baik dari responde

Kualitas pelayanan Assurance

Yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Hal ini akan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan, keamanan, keramahan serta kompetensi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

1. *Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik*

Indicator kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik menunjukkan angka tertinggi pada criteria baik. Hal ini di buktikan dengan hasil persentase responden yang memilih di criteria baik sejumlah 60 (60%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 351, akan tetapi belum maksimalnya dikarenakan terdapat 31 responden memilih di

criteria cukup baik dan 9 responden di criteria kurang baik.

2. *Kompetensi karyawan perusahaan*

Kualitas pelayanan *assurance* pada indicator kompetensi karyawan perusahaan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 53 (53%) dari 100 responden dengan skor 339 memilih di criteria cukup baik.

3. *Kesopanan petugas dalam memberikan pelayanan*

Kualitas pelayanan *assurance* pada indicator Kesopanan petugas dalam memberikan pelayanan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 50 (50%) dari 100 responden dengan skor 349 memilih di criteria baik.

4. *Keterampilan petugas dalam melayani pelanggan*

Kualitas pelayanan *assurance* pada indicator Keterampilan petugas dalam melayani pelanggan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 58 (58%) dari 100 responden dengan skor 338 memilih di criteria cukup baik.

5. *Pelayanan petugas keamanan*

Indicator Pelayanan petugas keamanan menunjukkan angka tertinggi pada criteria cukup baik. Hal ini di buktikan dengan hasil persentase responden yang memilih di criteria baik sejumlah 45 (45%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 325, akan tetapi belum maksimalnya dikarenakan terdapat 49 responden memilih di criteria cukup baik dan 1 responden di criteria kurang baik.

Berdasarkan data olahan jawaban kuesioner (angket) dengan total

keseluruhan dari kelima indikatornya yaitu sebanyak 1702 dalam skala pengukuran data termasuk ke dalam rentang skor yaitu:

Baik : total skor responden
1699 – 2099

Dengan demikian terlihat bahwa dalam kualitas pelayanan *Assurance* di perusahaan tersebut mendapat nilai baik dari responden.

Kualitas pelayanan *Empathy*

Secara umum dimensi kualitas pelayanan *Empathy* memang di gambarkan kurang penting bagi pelanggan, namun dimensi ini bisa menjadi dimensi yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena pada dimensi ini karyawan harus banyak tahu bagaimana keinginan pelanggan dan mengetahui ego pelanggan.

1. *Memahami keinginan pelanggan*

Indicator memahami keinginan pelanggan menunjukkan angka tertinggi pada criteria baik. Hal ini di buktikan dengan hasil persentase responden yang memilih di criteria baik sejumlah 69 (69%) responden dari 100 responden, dengan jumlah skor 362, akan tetapi belum maksimalnya dikarenakan terdapat 25 responden memilih di criteria cukup baik dan 6 responden di criteria kurang baik.

2. *Memiliki pengetahuan tentang pelanggan*

Kualitas pelayanan *Empathy* pada indicator memiliki pengetahuan tentang pelanggan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 54 (54%) dari 100 responden dengan skor 346 memilih di criteria cukup baik.

3. *Memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan*

Kualitas pelayanan *Empathy* pada indikator memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan menunjukkan hasil yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan pada presentase responden yang menunjukkan angka 49 (49%) dari 100 responden dengan skor 327 memilih di criteria cukup baik.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, penulis melihat tentang memiliki

Berdasarkan data olahan jawaban kuesioner (angket) dengan total keseluruhan dari kelima indikatornya yaitu sebanyak 1640 dalam skala pengukuran data termasuk ke dalam rentang skor yaitu:

Cukup Baik : total skor responden 1298 – 1698

Dengan demikian terlihat bahwa dalam kualitas pelayanan *Empathy* di perusahaan tersebut mendapat nilai cukup baik dari responden.

Dari seluruh jumlah total skor di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh kualitas pelayanan di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru dinyatakan CUKUP BAIK dikarenakan jumlah total skor keseluruhan adalah 8251 (65%) dimana total tersebut berada pada rata-rata cukup baik yaitu pada rentang skor 6498 – 8498.

Dari hasil analisa penulis dan beberapa alasan yang dituangkan oleh para responden bahwa kualitas pelayanan tidak terjalankan secara maksimal dikarenakan banyak kendala baik dari dalam perusahaan atau faktor dari luar. Serta tidak sesuainya dengan strategi atau visi dan misi perusahaan.

Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas pelayanan berpengaruh

secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut turut adalah *Tangible, Reliability, Responsivness, Ansurance, Empathy*. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif terhadap kualitas pelayanan tiket di PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 66 % dari hasil penelitian menunjukkan kriteria cukup baik. Dari penelitian ini di ketahui pula bahwa masih banyak kekurangan yang dinilai responden dalam lima dimensi kualitas pelayanan di perusahaan tersebut.

2. Dari hasil keseluruhan penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pada PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru sudah menjalankan pelayanan dengan cukup baik akan tetapi belum maksimal. Dan dari hasil angket yang dibagikan kepada pelanggan serta wawancara dengan karyawan perusahaan tersebut terlihat bahwa visi dan misi dari PT. Nabila Holiday Tour and Travel belum tercapai sesuai rencana yang semestinya.

Saran

Pada kesempatan ini, penulis akan mengemukakan beberapa saran kepada pihak perusahaan PT. Nabila Holiday Tour and Travel Pekanbaru :

1. Pengelolaan di PT. Nabila holiday sebenarnya sudah cukup baik dan itu ditunjukkan dari hasil kuisisioner responden sebesar 66 % dari hasil penelitian, hal tersebut dapat dikatakan belum maksimal di jalankan oleh karyawan maupun pihak yang bersangkutan di

perusahaan. Sebaiknya untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan pihak internal harus lebih giat dan lebih memaksimalkan kerja dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

2. Kualitas pelayanan sangatlah penting disebuah perusahaan, apalagi untuk perusahaan jasa seperti PT. Nabila Holiday untuk meningkatkan pelayanan serta persaingan dengan perusahaan yang lainnya. Perusahaan harus cepat tanggap dengan keluhan serta keinginan konsumen yang selalu berkembang. Dan perusahaan haruslah cepat menindak lanjuti permasalahan yang terjadi di perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi, 1993, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Asyikidiah, Salamatum, 2005, *Analisis Antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group*, jurnal akuntansi dan manajemen vol 16 no.2, hal 129-140.

Basu Swasta, dan Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa Prilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.

Bernadine. 2005, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, jurnal manajemen dan bisnis vol 12, no 3, hal 318-336.

Lukman, Sampara (1999). *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA-LAN Press.

Lupiyoadi, Rambat, (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat.

Sunu, Pramudya (1999). *Peran SDM Dengan Pendekatan TQS*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia

Soetopo (1999). *Pelayanan Prima*, Jakarta: LAN RI

Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta :Rineke Cipta,2001)

Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, diterjemah oleh Hendra Teguh dan Rony A.Rusli, edisi revisi jilid I, Jakarta: Perhalindo,1997.

Tjiptono, Fandy, 2010 *Manajemen Jasa*, Andi, yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi,1997.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi,1997.

Jurnal :

<http://dosen.narotama.ac.id/wp-content/uploads/2012/03/ANALISIS-PENGARUH-KUALITAS-PELAYANAN-JASA-PERBANKAN-TERHADAP-KEPUASAN-NASABAH-Study-Kasus-Pada-PD.-BPR-Bank-Jogja.pdf>

<http://core.ac.uk/download/files/379/11728122>. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Tiket

Garuda di PT Falah Fantastic Tour
Travel Bogor) 2011