

ABSTRAK

Khalifah Tour adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa travel umroh dan haji. Khalifah Tour secara resmi beroperasi pada tahun 2005, pada beberapa tahun terakhir penjualan jasa khususnya pada bagian Umroh mengalami penurunan, selain itu juga adanya keluhan dari konsumen mengenai kinerja perusahaan yang belum baik dan adanya *complain* pada Tour Guide mengenai keramahannya, selain itu juga ada yang *complain* mengenai harga yang tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Mengenai kelayakatan konsumen pun mengalami penurunan berdasarkan data yang dimiliki oleh Khalifah Tour yang didapatkan dari penyebaran angket.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara terhadap pegawai kantor Khalifah Tour dan juga pemberian kuesioner terhadap konsumen. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan 2 tahap yaitu Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian. Penyebaran kuesioner pendahuluan disebar sebanyak 30 buah untuk menentukan variabel penting dan tidak penting, dan dilakukan di Khalifah Tour, Amwa Tour, dan Safari Suci. Penyebaran kuesioner penelitian disebar sebanyak 110 buah dan dilakukan hanya di Khalifah Tour, kuesioner disusun menjadi 3 bagian, yaitu: profil konsumen (bagian 1), penguraian variabel tingkat performansi dan tingkat kepentingan (bagian 2), dan keputusan konsumen mengenai loyalitas (bagian 3).

Kuesioner bagian 1 akan diolah menggunakan statistika deskriptif, dimana akan didapatkan persentase untuk setiap jawaban. Lalu, jawaban tersebut dapat digunakan untuk *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Kuesioner bagian 2 yang terdiri dari 39 variabel akan diolah menggunakan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui tingkat kepentingan terhadap performansi perusahaan. Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui variabel independen (performansi) apa saja yang akan mempengaruhi variabel dependen (loyalitas), dan juga Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan nilai dari tingkat performansi dan kepentingan.

Setelah melakukan pengolahan data, didapatkan hasil dari Regresi Linier Berganda yaitu terdapat 5 variabel independen (performansi) yang berpengaruh terhadap variabel dependen (loyalitas). Hasil uji hipotesis didapatkan 7 variabel yang dianggap tidak puas. Hasil *Importance Performance Analysis* didapatkan 5 variabel di kuadran 1, 20 variabel di kuadran 2, 4 variabel di kuadran 3, dan 10 variabel di kuadran 4.

Usulan yang diberikan untuk Khalifah Tour yaitu *targeting* diusulkan jenis kelamin pria dengan usia 30 – 40 tahun yang memiliki pekerjaan wiraswasta dan berpenghasilan 7 – 10 juta, *positioning* diusulkan yaitu memberikan fasilitas kepada konsumen untuk menggunakan jasa travel umroh dan memberikan paket-paket pilihan jasa yang menarik dan memiliki *tagline* “Bimbingan Maksimal, Fasilitas Optimal”. Berdasarkan penggabungan 3 metode yaitu : Regresi Linier Berganda, *Importance Performance Analysis*, dan Uji Hipotesis didapatkan beberapa prioritas utama, yaitu : Kesiapan perusahaan memberikan potongan harga bagi keberangkatan umroh satu keluarga, Ketanggapan Tour Guide pada saat melakukan umroh, dan Kelengkapan gizi makanan yang diberikan pada saat melakukan umroh.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 PENDAHULUAN	
2.1 Pengertian Jasa.....	2-1
2.1.1 Definisi Jasa.....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	2-1
2.2 Teknik dan Pengumpulan Data.....	2-2
2.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	2-5
2.4 Skala Pengukuran.....	2-7
2.5 Sampel.....	2-9
2.6 Uji Validitas Kuesioner.....	2-9
2.7 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	2-11
2.8 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	2-12
2.8.1 <i>Segmentation</i>	2-12
2.8.2 <i>Targetting</i>	2-17

2.8.3	<i>Positioning</i>	2-18
2.9	Bauran Pemasaran Jasa	2-21
2.9.1	Produk Jasa (<i>The Service Product</i>) (P1).....	2-22
2.9.2	Tarif Jasa (<i>Price</i>) (P2)	2-23
2.9.3	Tempat / Lokasi Pelayanan (<i>Place / Service Location</i>) (P3).....	2-24
2.9.4	Promosi (<i>Promotion</i>) (P4)	2-25
2.9.5	Orang / Partisipan (<i>People</i>) (P5)	2-26
2.9.6	Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>) (P6)	2-26
2.9.7	Proses (<i>Process</i>) (P7)	2-27
2.10	Loyalitas	2-27
2.11	Kepuasan Konsumen.....	2-29
2.12	Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi.....	2-29
2.13	Regresi Linier Berganda.....	2-31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Mulai	3-5
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.3	Tinjauan Pustaka	3-5
3.4	Identifikasi Masalah	3-5
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-6
3.6	Perumusan Masalah.....	3-6
3.7	Tujuan Penelitian.....	3-7
3.8	Identifikasi Variabel Penelitian	3-7
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.10	Pengujian Validitas Konstruk.....	3-10
3.11	Penentuan Unit Sampling dan Teknik Sampling	3-10
3.12	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.13	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.15	Penentuan Jumlah Sample.....	3-13
3.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-14

3.17	Pengujian Validitas.....	3-14
3.18	Pengujian Reabilitas	3-15
3.19	Pengolahan Data.....	3-16
3.20	Analisis	3-23
3.21	Usulan.....	3-26
3.22	Kesimpulan dan Saran.....	3-26
3.23	Selesai.....	3-26

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Struktur Organisasi	4-1
4.1.2	Deskripsi Pekerjaan	4-2
4.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.3	Kuesioner Penelitian.....	4-7
4.3.1	Profil Konsumen.....	4-7
4.3.2	Rangkuman kuesioner tingkat kepentingan dan performansi.....	4-10
4.3.3	Rangkuman kuesioner loyalitas konsumen	4-11

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-1
5.2.1	Pengujian Validitas	5-1
5.2.1.1	Pengujian Validitas.....	5-1
5.2.1.2	Validitas Kepentingan	5-2
5.2.1.3	Validitas Performansi	5-5
5.2.1.4	Validitas Loyalitas.....	5-8
5.2.2	Pengujian Reliabilitas	5-8
5.2.2.1	Reliabilitas Kepentingan	5-9
5.2.1.2	Reliabilitas Performansi	5-9
5.2.1.3	Reliabilitas Loyalitas	5-10
5.3	Hasil Pengolahan Data Profil Responden	5-10
5.4	Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-18

5.5	Uji Asumsi Klasik	5-24
5.6	Pengolahan Data dengan Regresi Berganda.....	5-31
5.7	Uji Hipotesis.....	5-37
5.8	Analisis.....	5-40
	5.8.1 Analisis Gabungan Regresi Berganda, <i>Importance performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis.....	5-40
	5.8.2 Analisis <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	5-42
5.9	Usulan.....	5-47
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-12
DAFTAR PUSTAKA		cxlix
LAMPIRAN		cxlx



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Pertanyaan Kuesioner	3-12
Tabel 3.2	Tingkat Korelasi	3-21
Tabel 3.3	Analisis Gabungan	3-25
Tabel 4.1	Variabel yang dianggap penting	4-5
Tabel 4.2	Variabel yang dianggap tidak penting	4-6
Tabel 4.3	Jenis Kelamin	4-7
Tabel 4.4	Usia	4-7
Tabel 4.5	Pekerjaan	4-7
Tabel 4.6	Penghasilan	4-8
Tabel 4.7	Domisili	4-8
Tabel 4.8	Jasa yang pernah digunakan	4-8
Tabel 4.9	Harga Jasa Umroh	4-8
Tabel 4.10	Frekuensi menggunakan jasa travel	4-9
Tabel 4.11	Keutamaan menggunakan jasa travel	4-9
Tabel 4.12	Media promosi yang digunakan	4-9
Tabel 4.13	Media sosial yang digunakan	4-9
Tabel 4.14	Jenis makanan yang disukai	4-10
Tabel 4.15	Tingkat kepentingan dan performansi	4-10
Tabel 4.16	Loyalitas konsumen	4-12
Tabel 5.1	SPSS Validitas Kepentingan	5-2
Tabel 5.2	Hasil validitas kepentingan	5-3
Tabel 5.3	SPSS Validitas Performansi	5-5
Tabel 5.4	Hasil validitas performansi	5-6
Tabel 5.5	SPSS Validitas Loyalitas	5-8
Tabel 5.6	Hasil validitas loyalitas	5-8
Tabel 5.7	Realibilitas Kepentingan	5-9
Tabel 5.8	Realibilitas Performansi	5-9
Tabel 5.9	Realibilitas Loyalitas	5-10
Tabel 5.10	Nilai Rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat performansi	5-19

Tabel 5.11	Hasil Uji Normalitas	5-24
Tabel 5.12	Hasil Uji Glejser	5-25
Tabel 5.13	Hasil Uji Multikolinearitas	5-26
Tabel 5.14	Uji F	5-27
Tabel 5.15	Uji T	5-29
Tabel 5.16	Korelasi Antara Variabel X Terhadap Variabel Y	5-31
Tabel 5.17	Keterangan Variabel X dan Y	5-32
Tabel 5.18	Variabel Entered Removed	5-33
Tabel 5.19	Analisis Korelasi Determinasi	5-33
Tabel 5.20	Analisis Regresi Berganda	5-34
Tabel 5.21	Uji Hipotesis	5-38
Tabel 5.22	Skala Prioritas Perbaikan	5-41



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Penjualan Jasa Umroh dan Haji di 6 tahun terakhir	1-1
Gambar 1.2	Grafik penjualan Jasa Umroh dan Haji di 6 tahun terakhir	1-2
Gambar 2.1	Diagram kartesius kuadran IPA	2-31
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-4
Gambar 3.5	Wilayah Kritis Uji F	3-20
Gambar 3.6	Wilayah Kritis Uji T	3-21
Gambar 3.7	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	3-22
Gambar 5.1	Diagram Jenis Kelamin	5-10
Gambar 5.2	Diagram Usia	5-11
Gambar 5.3	Diagram Pekerjaan	5-11
Gambar 5.4	Diagram Penghasilan	5-12
Gambar 5.5	Diagram Domisili	5-13
Gambar 5.6	Diagram Jasa yang ditawarkan lainnya	5-13
Gambar 5.7	Diagram Harga Jasa Umroh	5-14
Gambar 5.8	Diagram Frekuensi Menggunakan Jasa Travel	5-15
Gambar 5.9	Diagram Keutamaan Menggunakan Jasa Travel Umroh	5-15
Gambar 5.10	Diagram Media Promosi Yang Digunakan	5-16
Gambar 5.11	Diagram Media Sosial Yang Sering Digunakan	5-17
Gambar 5.12	Diagram Makanan Yang Disukai Saat Umroh	5-17
Gambar 5.13	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-20
Gambar 5.14	Performansi terhadap loyalitas konsumen di Khalifah Tour dan Travel	5-29
Gambar 5.15	Performansi terhadap loyalitas konsumen di Khalifah Tour Dan Travel	5-30
Gambar 5.16	Grafik Perhitungan Variabel 1	5-40
Gambar 5.17	Gambar CCTV	5-50

Gambar 5.18	Fasilitas Televisi dan WC di dalam Shuttle Bus	5-51
Gambar 5.19	Papan nama tampak depan dan belakang	5-52
Gambar 5.20	Lahan parkir kantor	5-56
Gambar 5.21	WC/Toilet Khalifah <i>Tour</i>	5-58
Gambar 5.22	Area Kantor	5-59
Gambar 5.23	Brosur Khalifah <i>Tour</i>	5-61
Gambar 5.24	Bus yang dipakai Khalifah <i>Tour</i>	5-61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	1
2	Kuesioner Penelitian	2
3	Kuesioner Penelitian – Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	3
4	Kuesioner Penelitian – Loyalitas Konsumen	5
5	Distribusi rTabel Signifikansi 5% dan 1%	5
6	Distribusi Tabel t	6
7	Distribusi Tabel z	7
8	Distribusi Tabel f	8
9	Hasil Output SPSS	9
10	Data Kuesioner Tingkat Performansi	16
11	Data Kuesioner Tingkat Kepentingan	20
12	Data Kuesioner Y terhadap X	24