

## **ABSTRAK**

*Tiara Travel & Leisure* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa biro perjalanan dengan visi & misi untuk memajukan industri pariwisata di dalam negeri dan mendapatkan keuntungan dari bidang industri pariwisata. Perusahaan yang terletak di jl. Diponegoro no.12 (Gedung P3G IPA) ini mempunyai pengalaman dan reputasi yang cukup baik. Jasa ibadah umroh yang biasa dilakukan oleh umat islam juga disediakan oleh perusahaan ini, sekalipun biro perjalanan yang menawarkan paket ibadah umroh ini semakin banyak. Persaingan biro perjalanan dalam menangani jasa ibadah umroh semakin meningkat hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah biro perjalanan yang menawarkan paket perjalanan ibadah umroh di Bandung dari tahun ke tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat keluhan dari para mantan pengguna jasa ibadah umroh, jika keluhan-keluhan ini tidak diatasi maka para konsumen ini tidak akan menggunakan lagi jasa *Tiara Travel & Leisure* dalam beribadah umroh.

Setelah melalui tahap tinjauan atas berbagai literatur, maka di dalam penelitian ini diputuskan untuk menggunakan Konsep Kotler (2002) tentang jasa, konsep Zeithaml et.al (1990), model *Servqual* dari Zeithaml et.al (1990), Teori IPA (Martilla James, 1997), uji hipotesis komparatif, serta teknik sampling jenuh.

Pada tahap awal penulis melakukan wawancara kepada 30 pelanggan yang menggunakan jasa *Tiara Travel & Leisure* untuk melaksanakan ibadah umroh untuk melengkapi kuesioner standar dari buku *Delivering Quality Service* (Zeithaml et.al.,1990) Lampiran A. Identifikasi variabel penelitian selanjutnya dilakukan untuk memperoleh faktor penting yang mempengaruhi kualitas pelayanan di industri jasa ibadah umroh.

Diperoleh 55 indikator yang selanjutnya di transformasikan ke dalam bentuk kuesioner standar *Servqual*. Setelah validasi konstruk, sehingga variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berjumlah 55 variabel. Sementara itu, untuk mencari penyebab ketidakpuasan digunakan kuesioner standar *Servqual Gap* 2, 3, 4, serta penyebab-penyebab Gap tersebut. Populasi penelitian adalah pelanggan *Tiara Travel & Leisure* (berjumlah 50), manajer (berjumlah 3), serta karyawan *Tiara Travel & Leisure* (berjumlah 6). Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh.

Manajer tidak mengetahui harapan pelanggan, karyawan merasa telah bekerja secara konsisten dan karyawan merasa telah memenuhi janji *Tiara Travel & Leisure* secara konsisten, tetapi hal ini dirasa pelanggan tidak memuaskan. Jika *Tiara Travel & Leisure* ingin mempertahankan pelanggan yang melakukan ibadah umroh maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan. Pelayanan yang kurang memuaskan dari *Tiara Travel & Leisure* terutama disebabkan oleh tidak adanya standar untuk kerja

Setelah melakukan analisis terhadap faktor-faktor internal yang menyebabkan Gap-gap tersebut, serta prioritas faktor-faktor yang harus dibenahi untuk menekan ketidakpuasan pelanggan tersebut, penulis menyajikan usulan agar *Tiara Travel & Leisure* dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	ii
<b>PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....</b>	iii
<b>ABSTRAK.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Jasa.....	2-1
2.1.1 Definisi Jasa.....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	2-2
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	2-3
2.1.4 Kesenjangan Pelayanan (GapPelayanan).....	2-3
2.1.5 Metode <i>Servqual</i> .....	2-4
2.1.6 Kesenjangan Pelayanan (Gap Pelayanan).....	2-4
2.1.7 Metode <i>Servqual</i> .....	2-7
2.1.5.1 Variabel-variabel <i>Servqual</i> Gap 5.....	2-8
2.1.5.2 Perhitungan Gap 5.....	2-10
2.1.5.3 Perhitungan Gap 1.....	2-10
2.1.5.4 Perhitungan Gap 2, 3, 4.....	2-11
2.1.5.5 Penyebab Gap 1, 2, 3, 4.....	2-11
2.1.8 Peta <i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-12
2.2 Metode Pengumpulan Data.....	2-15
2.3 Penyusunan Kuesioner.....	2-16
2.4.1 Skala Pengukuran.....	2-16
2.5 Validitas Instrumen.....	2-17
2.6 Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.7 Populasi dan Sampel.....	2-18
2.8 Teknik Sampling.....	2-19
2.9 Menentukan Ukuran sampel.....	2-19
2.10 Ibadah Umroh.....	2-21
2.10.1 Prosedur Ibadah Umroh.....	2-21
2.10.2 Syarat Pendaftaran Ibadah Umroh.....	2-21
2.10.3 Hukum – Hukum Ibadah Umroh.....	2-22
2.10.4 Rukun Dan Wajib Umroh.....	2-23

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-3
3.2 Penentuan Variabel Penyebab Ketidakpuasan .....	3-6
3.2.1 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 1.....	3-6
3.2.2 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 2.....	3-7
3.2.3 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 3.....	3-8
3.2.4 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 4.....	3-10
3.3 Penyusunan Instrumen.....	3-10
3.3.1 Pernyataan.....	3-10
3.3.2 Skala.....	3-11
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel.....	3-11
3.4.1 Penentuan Populasi dan Sampel Konsumen.....	3-11
3.4.2 Penentuan Populasi dan Sampel Manajemen.....	3-12
3.4.3 Penentuan Populasi dan Sampel Karyawan.....	3-12
3.4.4 Validasi Konstruk.....	3-12
3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	3-13
3.5.1 Uji Validitas Kuesioner Konsumen.....	3-13
3.5.2 Reliabilitas Konsumen.....	3-13
3.5.3 Perbaikan Kuesioner.....	3-13
3.6 Pengolahan Data .....	3-14
3.6.1 Perhitungan <i>SERVQUAL Score</i> .....	3-14
3.6.2 Uji Hipotesis Kesenjangan Harapan vs Persepsi.....	3-16
3.6.3 Peta Importance Performance Analysis.....	3-16
3.6.4 Perhitungan Gap 1 hingga Gap 4.....	3-17
3.6.5 Perhitungan Penyebab Gap 1 hingga Gap 4.....	3-17
3.7 Analisis.....	3-18
3.8 Pengembangan Usulan.....	3-18
3.9 Kesimpulan Dan Saran.....	3-19

### **BAB IV PENGUMPULAN DATA**

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-2
4.2 Pengumpulan Data.....	4-1
4.2.1 Pengumpulan Data Hasil Wawancara.....	4-1
4.2.2 Penyebaran Kuesioner Uji Coba.....	4-5
4.2.3 Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	4-7
4.2.4 Validitas Data Kuesioner.....	4-8
4.3 Pelayanan Tiara Travel & Leisure pada ibadah umroh.....	4-8
4.4 Pelayanan Tiara Travel & Leisure selama ibadah umroh.....	4-9
4.5 Data Isian Kuesioner.....	4-10
4.5.1 Data Isian Kuesioner Pelanggan.....	4-10
4.5.2 Data Isian Kuesioner Manajer.....	4-25
4.5.3 Data Isian Kuesioner Karyawan.....	4-26
4.5.4 Data Isian Tabel Manajemen.....	4-27

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

### **BAB V PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1 Penentuan Variabel Penelitian.....	5-1
5.1.1 Variabel Dasar Baku .....	5-1
5.1.2 Pengumpulan Variabel Penelitian.....	5-1
5.1.3 Validitas Konstruk .....	5-1
5.1.4 Uji Coba Kuesioner.....	5-2
5.1.5 Pengolahan Data .....	5-6
5.1.5.1 Perhitungan <i>Serqual Score</i> pada Dimensi Kualitas Layanan.....	5-7
5.1.6 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-8
5.1.7 Uji Coba Hipotasis Gap 1.....	5-10
5.1.8 Uji Penyebab Gap 1.....	5-12
5.1.9 Pengolahan Data Gap 2.....	5-14
5.1.10 Pengolahan Data Gap 3.....	5-16
5.1.11 Pengolahan Data Gap 4.....	5-16
5.1.12 Pengolahan Data Penyebab Gap 3 dan Gap 4.....	5-17
5.1.13 Pengolahan Importance Performance Analysis.....	5-19
5.2 Analisis.....	5-23
5.2.1 Analisis Ketidakpuasan Konsumen.....	5-23
5.2.2 Analisis Pembentahan Faktor-faktor Internal.....	5-26
5.2.3 Analisis Perbaikan Prioritas Ketidakpuasan.....	5-28
5.2.4 Pengembangan Usulan.....	5-30
5.2.4.1 Usulan Perbaikan Untuk Faktor-faktor Eksternal.....	5-31
5.2.4.2 Usulan Perbaikan Penyebab Gap 1 sampai Gap 4.....	5-38

### **BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-3
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	6-3
6.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	6-5

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DATA PRIBADI**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Variabel Standar <i>Servqual</i>	2-9
2.2	Teknik sampling	2-6
2.3	Variabel standar Servqual	2-9
2.4	Importance Performance Analysis	2-15
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3-4
3.2	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 1	3-6
3.3	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 2	3-7
3.4	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 3	3-8
3.5	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 4	3-10
4.1	Indikator Pernyataan pada kuesioner (Sebelum validitas konstruk)	4-3
4.2	Indikator Pernyataan pada kuesioner (Sesudah validitas konstruk)	4-5
4.3	Tabel harapan konsumen	4-10
4.4	Tabel persepsi konsumen	4-19
4.5	Tabel harapan manajer	4-25
4.6	Data mentah karyawan tentang kekonsistennan layanan pada pelanggan	4-26
4.7	Data mentah karyawan tentang kekonsistennan pemenuhan janji pada konsumen	
4.8	Data Mentah Manajemen Tentang Keadaan Operasional	4-27
5.1	Validitas Instrumen Tahap Uji Coba	5-2
5.2	Uji Reliabilitas Harapan Konsumen Kuesioner Awal	5-6
5.3	Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen Kuesioner Awal	5-6
5.4	Tabel servqual Score	5-7
5.5	Perhitungan Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-8
5.6	Perhitungan Uji Hipotesis Gap 1	5-11
5.7	Hasil Rata-Rata Skor Penyebab Gap 1	5-13
5.8	Pengolahan Data Penyebab Gap 2	5-14
5.9	Hasil kerja karyawan (Gap 3)	5-16
5.10	Hasil kerja karyawan (Gap 4)	5-17
5.11	Hasil Data Penyebab Gap 3	5-17
5.12	Koordinat Importance – Performance Analysys Untuk Variabel Manifes	5-19
5.13	Tabel Hasil Pemetaan <i>IPA</i>	5-21
5.14	Prioritas Perbaikan	5-28
5.15	Usulan Perbaikan Gap 5	5-32
5.16	Usulan Perbaikan Penyebab Gap 1 sampai Gap 4	5-39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Kualitas Jasa	2-4
2.2	Perluasan Model Gap dari Kualitas Pelayanan	2-6
2.3	Importance Performance Analysis	2-15
3.1	Flowchart Metodologi Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi P.T. Tiara Travel & Leisure	4-2
5.1	Grafik Servqual Score	5-7
5.2	Perluasan Model Kualitas Pelayanan	5-25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>BAB II Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Hasil Validitas Konstruksi	L1-1
2	Kuesioner Yang di Sebarkan	L2-1
3	Validitas dan Reliabilitas Data kuesioner	
3.1	Validitas Kuesioner Awal	L3-1
3.2	Reliabilitas Kuesioner Awal	L3-7
3.3	Validitas Kuesioner 50 Pelanggan	L3-9
3.4	Reliabilitas Kuesioner 50 Pelanggan	L3-19
4	Pengolahan Data	
4.1	Perhitungan Servqual	L4-1
4.2	Perhitungan Gap 5	L4-13
4.3	Uji Hipotesis Gap 1	L4-16
4.4	Perhitungan Peta IPA	L4-24
5	Tabel-tabel Statistika	L5-1
6	Komentar Nara Sumber Seminar Sidang Akhir	L6-1
7	Komentar Nara Sumber Seminar Prasidang	L7-1
8	Komentar Nara Sumber Seminar Judul	L8-1