

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PRIMA  
UNGGUL GLOBAL ( TOURS & TRAVEL)  
DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**



Oleh

**USNUL HATIMAH  
NIM : 105721114016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PRIMA  
UNGGUL GLOBAL ( TOURS & TRAVEL)  
DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

Oleh

**USNUL HATIMAH  
NIM : 105721114016**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Rangka Menyelesaikan Studi  
Pada Program Studi Strata Satu (S1) Manajemen

20/11/2020

1 cap  
Smb. H. Lurmba

P/0156/MAN/2020  
HAT

P1

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2020**

## PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku Bapak dan ibu tercinta terima kasih atas inspirasi, motivasi, dan kasih sayangnya dalam hidupku. Terima kasih untuk kakak-kakakku yang jadi panutan dan inspirasi, dan terima kasih juga untuk sahabatku telah membantu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Banyak sekali hal yang ingin saya ungkapkan, tetapi tidak dapat dituliskan satu persatu. Semoga hasil dan perjuangan saya selama ini dapat berbuah hasil dan perjuangan saya selama ini dapat berbuah hasil yang manis. Semangat yang terus berkobar dan dalam diri agar sanggup menghadapi dunia luar yang sebenarnya.

"Allah tidak membebani seseorang melainkan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) kebajikan yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari kejahatan yang diperbuatnya" (Q.S Al-Baqarah: 286).



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tour & Travel) di Kota Makassar.

Nama Mahasiswa : Usnul Hatimah

No. Stambuk : 105721114016

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 28 Oktober 2020 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 Oktober 2020

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Moh. Aris Pasigai, SE., MM**  
NIDN : 0008056301

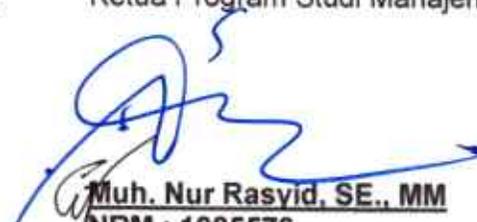
  
**Samsul Rizal, SE., MM**  
NIDN : 0907028401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

  
**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903078

  
**Muh. Nur Rasyid, SE., MM**  
NBM : 1085576



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama Usnul Hatimah, NIM 105721114016, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0011/SK-Y/61201/091004/2020 M, tanggal 11 Rabiul Awal 1442 H/ 28 November 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelas **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 11 Rabiul Awal 1442 H  
28 November, 2020 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM  
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Drs. Agus Salim HR, SE., MM  
2. Samsul Rizal, SE., MM  
3. Irwan Abdullah, S.Sos., MM  
4. M. Hidayat, SE.,MM

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Usnul Hatimah  
Stambuk : 105721114016  
Program Studi : Manajemen  
Dengan Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tour & Travel) di Kota Makassar.

Dengan ini menyatakan bahwa :

***Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar dan telah di ujikan pada tanggal 05 November 2020.

Makassar, 28 Oktober 2020

Yang Membuat Pernyataan



Usnul Hatimah

Diketahui Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903078

**Muh. Nur Rasyid, SE., MM**  
NBM : 1085576

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa pula penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*)" di kota Makassar.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Patahuddin dan Hasni yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan diakhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula

penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh Nur Rasyid, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh. Anis Pasigai, SE.,MM, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Samsul Rizal, SE.,MM, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2016 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya Dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini

Akhimya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih .sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Makassar,.....2020

Penulis

## ABSTRAK

Usnul Hatimah ,Tahun 2020. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di kota Makassar.** Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Moh Aris Pasigai dan Pembimbing II Bapak Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PrimaUnggul Global (*Tours & Travel*) di kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil kuesioner yang dibagikan pada responden pada pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di kota Makassar. Teknik perhitungan yang digunakan dalam penelitian adalah membandingkan seberapa besar pengaruh dan signifikansi Kualitas Pelayan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari kuesioner tersebut telah diuji validitas dan Reliabilitas. Metode analisis data menggunakan teknik regresi linear sederhana dan uji t . Berdasarkan hasil penelitian dibuktikan bahwa hipotesis diterima dikarenakan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Disarankan agar penelitian ini dapat digunakan sebagai hasil dari kerja dalam meningkatkan wawasan pengetahuan yang selanjutnya dapat memperluas pola pikir pembaca terutama mengenai Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan.*

## ABSTRACT

Usnul Hatimah, 2020. *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel)*. Thesis of the Faculty of Economics and Business Management Study Program Makassar Muhammadiyah University. Supervised by Supervisor I Mr. Moh Aris Pasigai, and Supervisor II Mr. Samsul Rizal.

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) in the city Makassar. This type of research used in research is quantitative methods. The data processed is the result of a questionnaire distributed to respondents to customers of PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel). The calculation technique used in this study is to compare how much influence and the significance of the Quality of the Waiter to Customer Satisfaction. The results of the questionnaire have been tested for validity and reliability. The data analysis method uses simple linear regression techniques and t test. Based on the results of the study it was proven that the hypothesis was accepted because service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. It is recommended that this research can be used as a result of work in increasing knowledge insight which can further broaden the mindset of the reader especially regarding service quality towards customer satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction.

## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Kualitas Pelayanan.....	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9

2. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13
3. Faktor-faktor penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan .....	14
4. Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	16
<b>B. Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>16</b>
1. Penegertian Kepuasan pelanggan .....	16
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	18
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	19
D. Penelitian Terdahulu .....	20
E. Kerangka Berfikir .....	21
F. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Jenis Penelitian .....	24
B. Waktu Penelitian .....	24
C. Populasi dan Sampel .....	24
D. Definisi Operasional dan pengukuran Variabel .....	26
E. Jenis dan Sumber Data .....	27
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
B. Hasil Penelitian .....	37
C. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu .....	20
3.1	Skala Pengukuran .....	27
4.1	Sampel dan tingkat pengambilan Kuesioner .....	38
4.2	Jenis Kelamin Responden.....	38
4.3	Data Responden berdasarkan Usia.....	39
4.4	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.5	Deskripsi Variabel Penelitian (X).....	41
4.6	Deskripsi Variabel Penelitian (Y).....	44
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	46
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.10	Hasil Uji Normalitas .....	50
4.11	Hasil Uji Model Summary .....	54
4.12	Hasil Uji Anova .....	54
4.13	Hasil Uji Coefficients.....	55

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konsep .....	22
4.1 Struktur Organisasi .....	35
4.2 Hasil Pengujian Normal P-P Plot .....	51
4.3 Hasil pengujian Scatter Plot .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.
2. Lampiran 2. Statistic Deskripsi variabel penelitian
3. Lampiran 3. Matriks Tabulasi Data.
4. Lampiran 4. Olahan Data SPSS.
5. Lampiran 5. Tabel Nilai T (0,05).
6. Lampiran 6. Tabel Nilai F (0,05).



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era globalisasi ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat dalam menghadapi kondisi perekonomian yang semakin maju. Adanya persaingan tersebut memerlukan antisipasi dengan suatu pemikiran yang kritis dan pemanfaatan secara optimal sumber daya yang dimiliki suatu bisnis. Sebagai salah satu bentuk organisasi, suatu bisnis atau perusahaan bertujuan untuk menghasilkan laba, tumbuh berkembang, dan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan tujuan tersebut tentunya mendorong perusahaan untuk mencari sumber-sumber dana yang efektif dalam menjalankan usahanya.

Situasi usaha yang kompetitif mencerminkan maraknya perkembangan dunia bisnis pada saat ini. Keberhasilan perusahaan dalam persaingan sangat ditentukan oleh antisipasi dan tanggapan pelanggan yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Hal ini akan memicu setiap perusahaan untuk semakin berorientasi kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang semakin baik guna mengambil hati para pelanggannya untuk terus memakai produk perusahaan serta mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut ditengah-tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pemberian pelayanan yang berkualitas bertujuan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Menurut Ebert (2007:58) terdapat

beberapa variabel dari kualitas pelayanan antara lain tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Variabel-variabel ini menentukan kepuasan dari para pelanggan. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan pelanggan.

Saat ini perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin meningkat dan persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam bersaing dipasar agar bisa terus tumbuh berkembang dengan baik dalam jangka waktu panjang. Sektor usaha yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi yaitu dibidang jasa. Sejalan dengan perkembangan tersebut salah satunya yaitu sektor usaha jasa pada biro perjalanan (*Tour & travel Umrah*) yang memiliki peluang bisnis menjanjikan. Bertambahnya populasi penduduk dapat berakibat terhadap kecenderungan pasar potensial yang akan melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu yang memberikan pengaruh terhadap pribadi, keluarga dan lingkungan sekitar, contohnya seperti melaksanakan ibadah haji dan umrah (Chulairi & Setyowati:2018).

Perihal perbaikan kualitas pelayanan tersebut memacu para penyedia jasa untuk kembali memperbaiki setiap elemen bisnisnya. Hal tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, seperti Chow *et al.* (2007), Gilbert & Velotsou (2006), Parasuraman *et al.* (1985) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan (*Service Quality*) sudah dianggap sebagai salah satu elemen kunci dari kesuksesan penyedia layanan karena dapat menyebabkan pelanggan menjadi Puas.

Wang and Wang (2006) juga menambahkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang *sustainable*. Oleh karena itu perihal tersebut menjadi penting, jika penyedia jasa memperhatikan kualitas pelayanannya, secara tidak langsung akan mendorong ke arah peningkatan kepuasan pelanggan.

Kualitas di era globalisasi dipandang sebagai salah satu hal yang penting dalam sebuah perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan perusahaan pesaing. Kualitas juga merupakan penentu dalam sebuah produk dan jasa yang dapat dipilih oleh konsumen.

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menuntut manusia untuk mengikuti laju pertumbuhan tersebut terutama yang bergerak dalam usaha jasa. Kotler (1996: 383) mengidentifikasi pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan ( Sumarto, 2007).

Oliver (2007:31) Menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting dipasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai kepuasan pada konsumen.

Kualitas pelayanan sebagai suatu usaha yang akan mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan atau konsumen agar dapat merasakan dan mendapatkan nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Mengukur kualitas pelayanan merupakan suatu tantangan karena kepuasan pelanggan ditentukan oleh banyak faktor yang tak terwujud menurut Parasuraman (2006), dalam Asdi (2007) ada tiga hal yang patut diperhatikan dalam mengukur kualitas yaitu, kualitas pelayanan lebih sulit untuk dievaluasi oleh pelanggan dari pada kualitas barang, mengevaluasi kualitas pelayanan pelanggan tidak semata-mata melihat dari suatu hasil pelayanan tetapi juga mempertimbangkan bagaimana proses pemberian pelayanan.

Bisnis penyedia jasa perjalanan (*Travel*) PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) saat ini merupakan bisnis yang banyak diminati. Haji dan umrah merupakan salah satu bentuk wisata ziarah dalam Islam. Haji dan umrah dikatakan sebagai wisata ziarah, karena kedua kegiatan ini merupakan suatu bentuk kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu yang bertujuan untuk kegiatan ibadah ataupun rekreasi, pengembangan pribadi serta mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Hal tersebut sesuai dengan pengertian wisata dalam pasal 1 Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan (Sulastri dalam Dewi, 2013).

Haji merupakan rukun Islam yang kelima setelah syahadat, shalat, puasa dan zakat. Dalam pelaksanaannya, hukum haji diwajibkan,

lain halnya dengan umrah (haji kecil). Umrah merupakan kunjungan ke Ka'bah dimana di dalamnya wisatawan (jamaah) melakukan serangkaian ibadah dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan. Umroh disunatkan bagi muslim yang mampu, baik kemampuan secara fisik maupun secara finansial serta keilmuan dan dapat dilaksanakan kapan saja, kecuali pada hari Arafah yaitu tanggal 10 Dzulhijjah dan hari-hari Tasyrik yaitu tanggal 11, 12, 13, 37 Dzulhijjah. Hal ini berbeda dengan ibadah haji yang hanya dapat dilaksanakan pada waktu-waktu tertentu dan diwajibkan dalam pelaksanaannya bagi yang berkemampuan.

Berbicara bisnis banyak sekali bisnis yang tersebar di negara Indonesia ini, salah satunya bisnis dalam bidang tour & travel seperti PT. Prima Unggul Global (*tour & travel*) yang terletak di kota Makassar. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) berdiri sejak tahun 2013 hingga sampai saat ini. PT. Prima Unggul Global, yang menjalankan bisnis dalam pemberangkatan haji, umrah. PT. Prima Unggul Global (*tour & travel*) tidak asing lagi terdengar dikalangan masyarakat karena banyaknya pelanggan yang mempercayakan uang tabungannya diperuntukkan untuk haji dan umrah. Hal demikian tidak lepas dari strategi manajemen yang mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*).

Dalam berjalannya waktu, PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) banyak sekali perkembangan - perkembangan yang terjadi seperti dalam kualitas pelayanan yang berada di PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*).

Dalam segi pelayanan yang berada di PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) tidak kalah saing dengan perusahaan - perusahaan lain karena PT ini sangat memperhatikan kualitas pelayanan umrah perusahaan terhadap anggota, semisal pelayanan mulai awal menjadi anggota hingga pemberangkat umrah dan pelaksanaannya seperti pembekalan dan metode dalam melaksanakan umrah yang dibimbing oleh PT. Prima Unggul Global, dengan begitulah salah satu metode perusahaan yang dilakukan agar anggota semakin banyak yang mempercayai dan puas akan PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*).

Kualitas pelayanan umrah pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) saat ini tidak sesuai harapan yang diinginkan oleh pelanggan karena terjadinya covid atau pandemi yang menghambat perjalanan haji dan umrah akan tetapi pelayanan terhadap pelanggan tetap memberikan yang terbaik dan melakukan penjualan ticket kepada pelanggan . Haji dan umroh tetap akan diberangkatkan secara bertahap-tahap sesuai aturan yang diterapkan oleh pihak pemerintah saudi demi menjaga kesehatan dan keselamatan semua pihak.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan mengajukan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tour & Travel) Di Kota Makassar.**

#### **B. Rumusan Masalah.**

Adapun masalah yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tour & Travel) di Kota Makassar?.

#### **C. Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah, "Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) di Kota Makassar.

#### **D. Manfaat Penelitian.**

Penulis berharap penelitian ini memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan penulis dapat memberikan manfaat bagi :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk mengembangkan ilmu di bidang pemasaran

- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam penerapan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- c. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan proposal ini menjadi acuan untuk penelitian lanjutan terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

- 1) Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

### b. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan dalam hubungan jasa pelayanan Telekomunikasi.

### c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi perusahaan lain yang berkaitan dengan bidang pelayanan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kualitas Pelayanan.

##### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan.

Menurut Tjiptono (2010), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/ dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Mauludin (2010:67) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Pujawan (2010:97) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011:40) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dengan mampu sesuai ekspektasi pelanggan.

a. Kualitas

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tjiptono dan Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas merupakan: "sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan."

Kadir (2001:19) menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami, karena harapan konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik.

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi

harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Galvin dalam Tjiptono (2012:143) ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang, kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan berbeda dalam situasi yang berlainan. Kelima macam perspektif kualitas tersebut meliputi :

1. *Trancendental approach*.

Dalam perspektif kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang secara intuitif bisa dipahami namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan. Dalam perspektif kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang secara intuitif bisa dipahami namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan.

2. *Product – based approach* (Pendekatan berbasis produk).

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

3. *User – baset approach*.

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan perasaan seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

#### 4. *Manufacturing based approach.*

Perspektif ini bersifat *supply based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perindustrian dan pemanufakturing, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan.

#### 5. *Value – based appro.*

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai dan harga dengan mempertimbangkan *trade off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai yakni tingkat kinerja terbaik atau yang sepadan dengan harga yang dibayarkan.

#### b. Pelayanan

Menurut Kotler (2008) 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. Menurut Moenir (2008) pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Suparlan (2000:35) Pelayanan ialah sebuah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan pada orang lain, baik dengan berupa materi atau juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya itu sendiri. Moenir (2005:47) Beliau menjelaskan bahwa pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan.

### a. Bukti fisik (*Tangible*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Artinya, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Misalnya anda bermalam di sebuah hotel, maka yang termasuk dalam bukti fisik yaitu bangunan fisik hotel, fasilitasnya, hingga tampilan karyawan yang melayani.

### b. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan. Jika *tangibles* adalah tentang hal yang konkret, *reliability* bisa dibilang lebih abstrak. Ini karena keandalan bersinggungan langsung dengan harapan konsumen. Contohnya hal-hal yang berkaitan dengan harapan seperti ketetapan waktu saat *checkin* hingga keramahan yang diberikan oleh karyawan dan staf.

### c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Seperti namanya *responsiveness* yaitu berkaitan langsung dengan ketanggapan. *Responsiveness* merupakan tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan.

### d. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi ini berkaitan dengan kepastian tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. Misalnya, dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan.

#### e. Empati (*Empathy*)

dimensi ini merupakan dimensi kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan.

### 3. Faktor-faktor penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

#### a. Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik jasa yang paling penting adalah *inseparability*, yang artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan/ penumpang. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa, yang disebabkan karena tidak terampil dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, cemberut, dll.

#### b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi .

Keterlibatan tenaga kerja yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah dalam kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi disebabkan oleh tingkat upah dan pendidikan karyawan yang masih relatif rendah, kurangnya perhatian, dan tingkat kemahiran karyawan yang tinggi.

#### c. Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai .

Karyawan *front line* merupakan ujung tombak dari sistem pemberian jasa. Supaya mereka dapat memberikan jasa yang efektif maka mereka perlu mendapatkan pemberdayaan dan dukungan dari fungsi utama manajemen sehingga nantinya mereka akan dapat mengendalikan dan menguasai cara melakukan pekerjaan, sadar.

d. Kesenjangan komunikasi.

Komunikasi merupakan faktor yang esensial dalam kontrak dengan karyawan. Jika terjadi gap dalam komunikasi, maka akan timbul penilaian dan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan. Kesenjangan komunikasi dalam pelayanan meliputi : memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhi, kurang menyajikan informasi yang baru kepada pelanggan, pesan kurang dipahami pelanggan, dan kurang tanggapan perusahaan terhadap keluhan pelanggan.

e. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama.

Para pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam hal melakukan interaksi dengan pemberi jasa tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan/ jasa yang seragam. Sering terjadi pelanggan menuntut jasa yang bersifat personal dan berbeda dengan pelanggan yang lainnya, sehingga hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan agar dapat memahami kebutuhan pelanggan secara khusus.

f. Perluasan dan pengembangan pelayanan secara berlebihan.

Memperkenalkan jasa baru untuk memperkaya jasa yang telah ada agar dapat menghindari adanya pelayanan yang buruk dan meningkatkan peluang pemasaran, kadang-kadang menimbulkan masalah disekitar kualitas jasa dan hasil yang diperoleh tidak optimal.

g. Visi bisnis jangka pendek.

Visi bisnis dalam jangka pendek dapat merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk dalam jangka panjang. Misal kebijakan suatu bank untuk

menekan biaya dengan mengurangi jumlah *teller* yang menyebabkan semakin panjangnya antrian dibank tersebut.

#### 4 . Pengukuran Kualitas Pelayanan.

Mengukur kualitas Pelayanan merupakan suatu tantangan karena kepuasan pelanggan ditentukan oleh banyak faktor yang tak berwujud Menurut Parasuraman (2006) dalam asdi (2007) ada tiga hal yang ptut diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kualitas Pelayanan lebih sulit untuk dievaluasi oleh pelangg n dari pada kualitas barang.
- b. Mengevaluasi kualitas pelayanan, pelanggantidak semata-mata melihat dari hasil suatu pelayanan (*outcome*), tetapi juga mempertimbangkan bagaimana proses pemberian pelayanan.
- c. Kriteria kualitas pelayanan yang relevan ialah kriteria yang diterapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan hanya dapat diukur dari sudut pandang perusahaan.

#### B. Kepuasan Pelanggan.

##### 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler et al. (dalam Tjiptono, 2008: 169) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Menurut Park (dalam Hasan, 2009: 57) mengatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan

harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihi.

Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Love lock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarni dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis.
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Sedangkan menurut Gerson Ricard, menyatakan bahwa "Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui." Kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi. Beberapa pengertian kepuasan pelanggan (*customer satisfied*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat dilihat pada bagian berikut. Tjiptono (2000) mengutip beberapa definisi kepuasan pelanggan diantaranya:

- a. Menurut Tse dan Wilton bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah merupakan respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian/

dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakaiannya.

- b. Menurut Wilkie kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- c. Menurut Engel, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Telah banyak dilakukan riset untuk menentukan kepuasan pelanggan, walaupun ini bukanlah suatu pekerjaan mudah, namun perusahaan harus melaksanakannya agar pelanggan selalu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan merupakan yang sukar, karena bergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada. Pelanggan yang kurang beruntung akan mengharap lebih banyak dari suatu perekonomian pada saat mereka melihat orang lain dengan standar hidup lebih baik.

Kepuasan pelanggan dalam katanya beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang diluar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan lebih lanjut dikatakan bahwa

dalam hal terjadinya ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan yaitu :

- a. Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
- b. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
  1. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.
  2. Tingkat ketidakpuasan pelanggan.
  3. Manfaat yang diperoleh.
  4. Pengetahuan dan pengalaman.
  5. Sikap pelanggan terhadap keluhan.
  6. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
  7. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

### **C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Kualitas pelayanan merupakan indikator penting yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan omset penjualan karena hal ini merupakan citra bagi perusahaan dan berdampak pada kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) yang menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Salah satu indikator yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati (Rangkuti, 2002:41). Pendapat ini juga diperkuat oleh Alma (2000:279) yakni hal penting perusahaan dalam

menjalankan usahanya adalah penerapan kualitas pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen dan tidak mudah untuk berpindah perusahaan lain.

Berdasarkan pendapat diatas kepuasan pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan membentuk citra positif terhadap perusahaan dan pelayanan yang bermutu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

#### D. Penelitian Terdahulu.

Beberapa peneliti yang ada di Indonesia telah melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan hasil penelitian yang berbeda.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian terdahulu.**

No	Nama peneliti (Tahun)	Jumal Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani. 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. SUCOPINDO BATAM	Dependen: kepuasan pelanggan. Independen: Kualitas pelayanan	Kualitas Pelayanan yaitu <i>tangible</i> secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Briliance Hymy Imanuel & Sherly Tanoto, tahun 2019	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Hastaco Tour and Travel	Dependen: Kepuasan pelanggan Independen: Kualitas pelayanan	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3.	Dika Lambang Krisdayanti Sunarti Tahun 2019	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square.	Dependen: Kepuasan konsumen Independen: Kualitas pelayanan	Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Witel Jember pada tahun 2017.
4.	Luthfia Zein Pettarani, Murdifin Haming, Hamzah Ella. tahun 2019	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom IndiHome Makassar	Dependen: kepuasan pelanggan Independen: Kualitas pelayanan	Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkom IndiHome di Kota Makassar.
5	Suyitna Tahun 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. LANGGENG JAWA	Dependen: kepuasan pelanggan independen kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### E. Kerangka Konsep.

Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya. Kepuasan pelanggan (y) dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu, Yuliarni dan Riyasa (2007):

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Sedangkan yang menjadi variabel bebas kualitas pelayanan (X) terdapat indikator didalamnya yaitu Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible. Kualitas pelayanan masuk dalam penelitian ini, secara teoritis kita ketahui bahwa kualitas pelayanan ini merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, secara otomatis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konsep.**

Kotler (2012:284) & Yuliarmi dan Riyasa (2007).



#### F . Hipotesis.

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dengan jawaban yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan penelitian (Sugiono 2013: 93), berdasarkan Rumusan Masalah. Adapun Hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah, " H1 : ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*)".



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dengan membahas variable bebas (*Independent Variable*) yang terdiri dari kualitas pelayanan, sedangkan variable terikat (*Dependent Variable*) yaitu kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*) di Kota Makassar.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*) di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sedangkan waktu penelitian dilakukan selama 2 (bulan) yang dilaksanakan pada Juli sampai Agustus 2020.

#### C. Populasi dan Sampel.

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:117), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tapi obyek dan benda-benda alam lain. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Teknik populasi yang digunakan adalah 1000 Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*) di Kota Makassar .

## 2. Sampel.

Sugiyono (2014:81) berpendapat sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representative (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot d^2}$$

Keterangan.

n = jumlah sampel

d = batas kesalahan yang digunakan %

N = ukuran sampel

Sehingga :  $n = 1000 / (1 + 100 \times 0,10^2)$

$n = 1000 / (1 + (1000 \times 0,01))$

$n = 1000 / (1 + 10)$

$n = 1000 / 11$

$n = 91,00$

jadi jumlah sampel sebanyak 91.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Karena jamaah umrah PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) dikota Makassar banyak, dari berbagai usia dan tersebar dalam berbagai daerah yang berbeda-beda maka peneliti

hanya meneliti wilayah area Makassar dan yang berkunjung ke PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*). Karena penelitian ini terikat oleh waktu, jarak dan biaya.

#### D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.

Definisi Operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur construct menjadi variabel penelitian yang dapat dituju menurut Indrianto (Asnawi dan Masyhuri, 2011:163).

Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai dengan klasifikasi tertentu dan dapat pula diartikan sebagai segala sesuatu yang akan dijadikan obyek pengamatan penelitian.

Menurut Sugiyono (2011:39) Variabel bebas (*Independen Variabel*) merupakan Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yaitu bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2008:42).

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

No.	Keterangan	Uraian	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

#### E. Jenis Dan Sumber Data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder.

##### 1. Jenis Data.

Berdasarkan sifatnya, data dibagi menjadi dua yaitu:

##### a. Kualitatif.

Merupakan data yang berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data.

##### b. kuantitatif.

Merupakan data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

Dan dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa angka-angka.

## 2. Sumber Data.

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh penulis melalui observasi atau pengamatan langsung dari kantor, melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan pimpinan dan staf kantor sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.

### b. Data sekunder.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis melalui media perantara atau secara tidak langsung berupa buku, catatan, bukti yang telah ada berupa dokumen penting dari kantor.

## F. Teknik Pengumpulan Data .

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Untuk mendapatkan kelengkapan data dari informasi yang dibutuhkan, maka menggunakan data sekunder sebagai berikut:

### 1. Studi Lapangan (*Field Research*).

Studi lapangan (*field research*) merupakan salah satu proses kegiatan pengumpulan fakta-fakta melalui observasi/pengamatan dan wawancara dalam proses memperoleh keterangan atau data dengan cara terjun langsung ke lapangan (*field study*).

### 2. Kuesioner.

Menurut Sugiyono (2018:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan ini digunakan untuk mendapatkan keterangan jawaban responden pada PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*) di Kota Makassar . Adapun kuesioner yang dibuat oleh peneliti yaitu sesuai sampel yang telah ditentukan yang dibagikan kepada pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*) di Kota Makassar.

#### G. Teknik Analisis Data.

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas.

###### a. Uji Validitas.

Merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat diperoleh oleh peneliti (Sugiono, 2014:267). Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan (Umar, 2014:166)

Produser pengajuan validitas instrument dilakukan dengan menghitung skor variable dari skor butir, perhitungan ini menggunakan perhitungan korelasi yang diolah dengan menggunakan program SPSS 21.0. suatu skor dikatakan valid jika skor variable tersebut secara signifikan dengan skor totalnya.

Bila  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel valid.

Bila  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu instrument memberikan hasil pengukuran yang konsisten, apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang, suatu alat ukur atau instrumen dalam hal ini berbentuk kuesioner harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga data yang diperoleh dari pengukuran yang selanjutnya akan digunakan dalam proses pengujian hipotesis tidak memberikan hasil yang menyesatkan.

Dari hasil uji validitas, pertanyaan-pertanyaan yang valid kemudian diuji reliabilitas. Untuk mengukur reliabilitas caranya adalah dengan membandingkan nilai  $r$  tabel dan  $r$  hasil. Dalam uji reliabilitas sebagai nilai  $r$  hasil adalah nilai alpha (*Crobanch Alpha*) ketentuannya; bila  $r$  alpha  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut reliabilitas.

#### 2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

#### 3. Analisis Regresi Sederhana .

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menentukan sebuah perubahan variabel satu dengan variabel lain. Dalam hal ini regresi juga dilakukan untuk menentukan kepuasan pelanggan Y yang disebabkan oleh kualitas pelayanan X.

Menurut Sugiyono (2005:211) dijelaskan analisis regresi sederhana menggunakan persamaan garis regresi berikut:

$$Y = a + b.X$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas pelayanan

#### 4. Uji Statistik t .

Uji Statistik t ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  artinya pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  artinya terdapat pengaruh antara satu variabel independen.

#### 5. Uji F (Uji simultan).

Uji ini menggunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen (x) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (y). Adapun tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

##### a. Perumusan hipotesis.

H1 : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) secara simultan.

##### b. Menentukan tingkat signifikan menggunakan $\alpha = 5\%$ (atau 0,5 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

c. Kriteria pengujian.

$H_1$  : diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  , dan sebaliknya  $H_1$  : ditolak  
bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian.

##### 1. Sejarah Perusahaan.

PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) didirikan tanggal 20 februari 2013, dan mulai aktif tanggal 10 April 2013 PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa ,sama seperti perusahaan lainnya yang bergerak dibidang jasa PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) memiliki perjanjian yang telah terdapat pada akta notaris yang telah terdaftar, sehingga segala aktivitas yang dilakukan oleh kantor PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) resmi mempunyai izin. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) ini berdiri sejak Tahun 2006 sampai sekarang . Motto dari Prima Unggul Global adalah " *We will provide the best service better* " yaitu akan memberikan pelayanan yang terbaik buat pelanggan .

Jam kerja PT. Prima Unggul Global ini adalah Senin – Jumat : 09:00 – 17:00 dan Sabtu : 09.00-15.00 Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa (service) , kepercayaan merupakan hal yang paling utama yang menjadi pedoman kami . Sistem kerja yang baik dan didukung oleh SDM ( Sumber Daya Manusia ) yang berpengalaman serta perangkat yang modern menjadikan PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) suatu perusahaan yang selalu siap memenuhi kebutuhan para pelanggannya . Dengan demikian dipercayakanlah kepada kami segala kebutuhan Bapak/Ibu/Saudara dan Kerabat baik dilingkungan keluarga perusahaan /

kantor yang berhubungan dengan perjalanan baik itu perjalanan Dinas , Perjalanan Wisata , serta meeting maupun acara-acara lainnya .

## 2. Visi dan Misi Organisasi.

### a. Visi yaitu :

1. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) adalah dapat memberikan jasa pelayanan yang terbaik secara konsisten kepada semua pelanggan sehingga dapat menjadi partner pelanggan.
2. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) merupakan salah satu *Tours And Travel* yang berkembang dengan cepat di Indonesia, serta merupakan *Tours And Travel* yang sangat inovatif dan kreatif.
3. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) di kenali para pelanggan melalui pelayanan yang cepat dan ramah, promosi melalui media massa serta iklan.
4. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) memiliki komitmen untuk berusaha memberikan yang terbaik dalam pelayanan, harga dan fasilitas kepada semua pelanggan dan hal tersebutlah yang membuat PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) juga akan terus menjaga pelayanan setiap pelanggan tanpa terkecuali.
5. PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pelanggan yang menaruh banyak kepercayaan kepada kami serta mendukung perkembangan PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*) dari tahun ke tahun. Demikian sekilas mengenai PT. Prima Unggul Global (*Tours And Travel*).

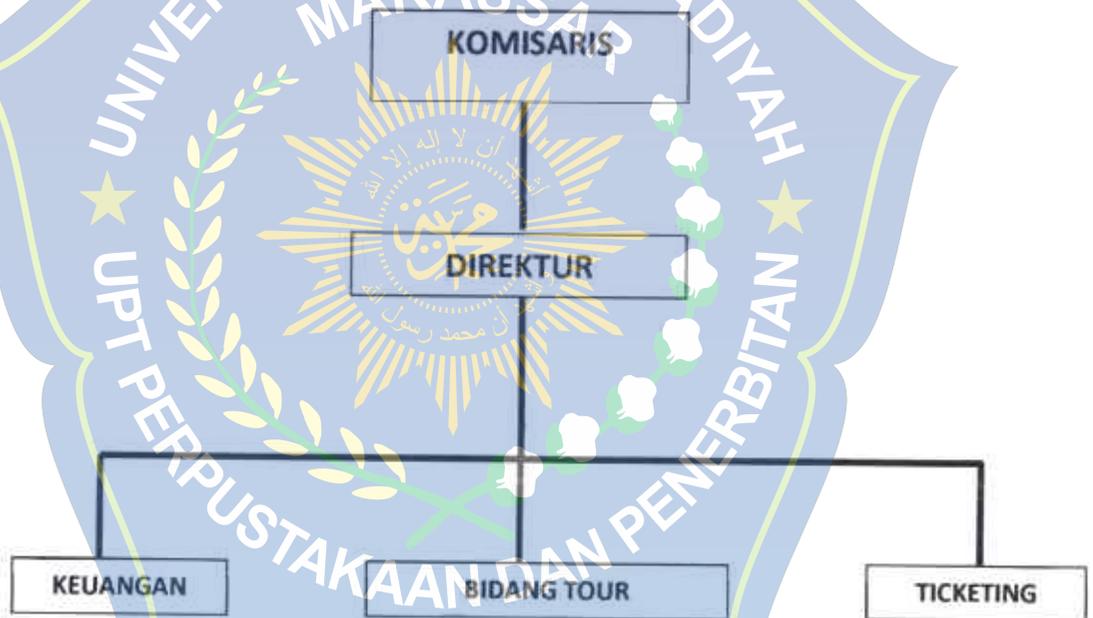
b. Misi :

Mempermudah masyarakat untuk melaksanakan perjalanan wisata, umrah dan haji dengan layanan terbaik dan aman.

3. Struktur Organisasi dan Job Description.

a. Struktur Organisasi.

PT.Prima Unggul Global (Tours and Travel)



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Pt. Prima Unggul Global (Tours dan Travel).

Sumber : PT. Prima Unggul Global (Tours and Travel)

## b. Job Description.

### 1. Komisaris.

Sebagai pemimpin yang mengarahkan, merencanakan, mengatur, mengontrol sekaligus sebagai motivator yang patut dijadikan teladan

Tugas Utama :

- a. Menjalankan tugas sebagai penasihat ( *Advisory* )
- b. Bertanggung jawab penuh terhadap hubungan mitra kerja.
- c. Memberi peringatan kepada karyawan pada berbagai segi disiplin personalia, produksi, administrasi dan keuangan serta pemasaran.
- d. Menetapkan kebijakan dan keputusan tertinggi dalam perusahaan
- e. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.

### 2. Direktur.

Tugas direktur yaitu membantu komisaris dalam menjalankan suatu pekerjaan dan bertanggung jawab menjaga hubungan mitra kerja antar travel dan Sebagai penyusunan program dan jadwal, penyusunan anggaran, mengembangkan prosedur, serta penetapan dan penafsiran kebijakan, perencanaan perusahaan antara lain meliputi produksi, pemasaran, SDM, dan ketatausahaan.

### 3. Keuangan.

Sebagai informasi keuangan suatu organisasi, dari laporan accounting kita bisa melihat posisi keuangan suatu organisasi beserta perubahan yang terjadi di dalamnya. Accounting dibuat

secara kualitatif dengan suatu ukuran uang . Informasi mengenai keuangan sangat dibutuhkan khususnya oleh pihak manager / manajemen untuk membantu membuat keputusan suatu organisasi

- a. Mengatur pemasukan dan pengeluaran kas di kantor.
- b. Membuat laporan pembelian & kuitansi pembayaran.

#### 4. Bidang Tour.

Adapun tugas bagian Bidang Tour yaitu mengatur bagian yang menggunakan jasa *Travel & Tours* yang hendak keluar.

#### 5. Ticketing.

Ada pun tugas ticketing dalam perusahaan ini adalah melakukan penjualan ticket pesawat kepada pembeli.

### B. Hasil Penelitian.

#### 1. Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 14 pertanyaan kepada pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) diMakassar. Dari hasil analisis mengenai responden diperoleh data ditemukan hal untuk temuan di lapangan dan online. Total kuesioner yang dibagikan sebanyak 91 dan dikembalikan oleh responden yaitu berjumlah 91. Lama pengisian kuesioner adalah satu bulan. Dan jumlah kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini adalah sebanyak 91 kuesioner.

**Tabel 4.1**  
**Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Penyebaran kuesioner	91
Kuesioner yang kembali	91
Kuesioner yang bisa diolah	91
Tingkat pengembalian ( <i>respon rate</i> )	100%

Sumber : Hasil Olah Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa dari 91 kuesioner yang disebar dan yang dapat diolah sebanyak 91 kuesioner. Tingkat pengembalian yang diperoleh adalah sebesar 100 % dari total kuesioner. Hal ini menunjukkan tingkat pengembalian kuesioner sudah sangat tinggi karena kerja sama yang baik dengan pelanggan dan karyawan di PT. Prima Unggul Global (*Tour & Travel*).

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Analisis terhadap responden berdasarkan jenis kelamin untuk mengetahui proporsi jenis kelamin responden agar tidak terjadi perbedaan jenis kelamin dalam pengambilan sampel yang dilakukan.

Berikut ini komposisi jenis kelamin dalam tabel 4.2

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin	Absolut	Persentase
Laki-laki	38	41,8%
Perempuan	53	58,2%
Jumlah	91	100%

Sumber : olah kuesioner, 2020

Pada Tabel 4.2 tersebut di atas dapat dilihat jumlah responden berjenis kelamin Laki-laki adalah sebanyak 38 orang atau mempunyai

presentase sebesar 50%, kemudian responden Perempuan sebanyak 53 orang atau dengan presentase sebesar 50%. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa dalam pengisian kuesioner Laki-laki dan Perempuan jumlahnya berbeda. PT.Prima Unggul Global (*Travel & Tours*) memiliki pelanggan terbanyak adalah perempuan dibandingkan dengan laki-laki, maka pengisian kuesioner responden perempuan paling banyak.

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.

Usia responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan usia yaitu:

**Tabel 4.3**  
**Data responden berdasarkan usia**

Usia	Absolut	Presentase
15-20	5	5,5%
21-30	24	26,4%
31-40	26	28,6%
41-65	36	39,5%
<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Sumber : olah Kuesioner, 2020

Dari tabel 4.3. terlihat bahwa pada usia 41-65 mendominasi sebagian besar responden dengan frekuensi 36 responden atau presentase 42%. Pada usia 31-40 tahun dengan frekuensi 26 responden dengan presentase 29%. Dan 21-30 tahun dengan frekuensi 24 responden dengan presentase 24%. Sedangkan usia 15-20 tahun frekuensi 5 responden dengan presentase 5%.

#### 4. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusannya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk jasa.

**Tabel 4.4**  
**Data responden berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan	Absolut	Presentase
Wiraswasta	28	30,8%
Pelajar/Mahasiswa	16	17,6%
Pegawai	30	33,0%
Lain – lain	17	18,7%
<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

Sumber : olah Kuesioner, 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 , terlihat bahwa responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 30%, pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang dengan presentase 10%, pegawai sebanyak 30 dengan presentase 35%, lain-lain sebanyak 23 dengan presentase 25%. Berdasarkan karakteristik pekerja responden sebagian besar responden adalah pegawai yaitu sebesar 35%. Hal ini dikarenakan pegawai merupakan kelompok pekerja yang terbanyak melakukan pendaftaran Haji dan Umrah diPT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*).

## 2. Deskripsi Data Variabel Penelitian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner manual terhadap 91 responden, ditemukan jawaban responden terhadap masing-masing variabel dengan rentang skor jawaban 1-5 sebagaimana dilampirkan pada bagian lampiran. Dibawah ini akan dijelaskan satu persatu variabel dalam penelitian ini.

### a. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X).

Variabel Kualitas Pelayanan (x) pada penelitian ini diukur melalui 8 pertanyaan dengan skala likert 1-5. Hasil tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5  
Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

NO	Pernyataan	Skor					N	Skor	Mean
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	X1	52	38	1	0	0	91	415	4,56
2.	X2	45	46	3	0	0	91	403	4,43
3.	X3	41	46	4	0	0	91	401	4,41
4.	X4	48	40	3	0	0	91	409	4,49
5.	X5	55	36	0	0	0	91	419	4,60
6.	X6	54	37	0	0	0	91	418	4,59
7.	X7	54	36	1	0	0	91	417	4,58
8.	X8	48	41	2	0	0	91	418	4,51
jumlah								3300	4,52

Sumber: Hasil olah Data SPSS 26.

Berdasarkan tabel 4.5, ditunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai rata-rata sebesar 4.52 pernyataan pertama didominasi dengan jawaban sangat setuju (SS) sebesar 52 (52,0%), kemudian jawaban Setuju (S) sebesar 38 responden (38,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 1 responden (1%). Hal ini

menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan kedua didominasi dengan jawaban setuju sebesar 46 (46,0%), kemudian jawaban sangat setuju sebesar 45 responden (45,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 3 responden (3,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan ketiga didominasi dengan jawaban setuju sebesar 46 (46,0%), kemudian jawaban sangat setuju sebesar 41 responden (41,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 4 responden (4,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan keempat didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 48 (48,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 40 responden (40,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 3 responden (3,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan kelima didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 55 (55,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 36 responden

(36,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 0 responden (0,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan keenam didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 54 (54,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 37 responden (37,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 0 responden (0,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan ketujuh didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 54 (54,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 36 responden (29,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 1 responden (1,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan kedelapan didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 48 (48,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 41 responden (41,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 2 responden (2,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui. Kualitas Pelayanan di PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Dari kedelapan pernyataan yang diajukan kepada responden, sebagian besar menyatakan sangat setuju, setuju dan kurang setuju sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan di PT.Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Variabel Minat Beli (Y) pada penelitian ini diukur melalui 6 butir pernyataan dengan skala likert 1—5. Hasil tanggapan responden terhadap variabel Minat Beli dapat dijelaskan dalam table berikut ini :

Tabel 4.6  
Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

NO	Pernyataan	Skor					N	Skor	Mean
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Y1	52	38	1	0	0	91	415	4,56
2.	Y2	49	41	1	0	0	91	412	4,53
3.	Y3	43	48	0	0	0	91	407	4,47
4.	Y4	47	42	2	0	0	91	409	4,49
5.	Y5	43	47	1	0	0	91	406	4,46
6.	Y6	47	41	3	0	0	91	408	4,48
Jumlah								2457	4,49

Sumber: Hasil olah Data SPSS 26.

Berdasarkan tabel 4.6, ditunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,49. pernyataan pertama didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 52 (52,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 38 responden (38,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 1 responden (1,0%), dan jawaban tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%), serta jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden (0,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat

mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar

Pernyataan kedua didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 49 (49,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 41 responden (41,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 1 responden (1,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan ketiga didominasi dengan jawaban setuju sebesar 48 (48,0%), kemudian jawaban sangat setuju sebesar 43 responden (43,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan keempat didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 47 (47,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 42 responden (42,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 2 responden (2,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

Pernyataan kelima didominasi dengan jawaban setuju sebesar 47 (47,0%), kemudian jawaban sangat setuju sebesar 43 responden (43,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 1 responden (1,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar

Pernyataan keenam didominasi dengan jawaban sangat setuju sebesar 47 (47,0%), kemudian jawaban setuju sebesar 41 responden

(41,0%), dan jawaban kurang setuju sebesar 3 responden (3,0%). Hal ini menunjukkan responden dapat mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) di Kota Makassar.

## 6. Uji Kualitas Data.

### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item-item yang ada didalam kuesioner mampu mengukur perubahan yang didapatkan dalam penelitian ini (Ghozali, 2001). Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruksi atau variabel. Setelah itu tentukan hipotesis, skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruksi. Setelah menentukan hipotesis, kemudian uji dengan membandingkan  $r$  hitung (*tabelcorrected item-item correlation*) dengan  $r$  tabel (*tabel product moment* dengan signifikan 0,05) untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dimana "n" adalah jumlah sampel penelitian sebanyak 91 responden sehingga diperoleh nilai ( $df$ )=  $91-2$  atau nilai  $df$  dari 89 adalah 0,207. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Ghozali, 2001:45). Hasil pengujian validitas ditunjukkan ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas**  
**Pelayanan(X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Daftar Pernyataan	Variabel	$r$ hitung	$r$ tabel	Kesimpulan
1.	Prima Unggul memiliki fasilitas fisik pendukung, seperti ruang pelayanan, wc yang sangat	X	0,332	0,207	Valid

	besih dan yaman.				
2.	Karyawan Prima Unggul memiliki penampilan yang rapi.	X	0,670	0,207	Valid
3.	Karyawan Prima Unggul selalu siap/tanggap memberikan pelayanan dengan cepat	X	0,760	0,207	Valid
4.	Karyawan Prima Unggul selalu siap/tanggap untuk dimintai bantuan	X	0,751	0,207	Valid
5.	Prima Unggul selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai janjinya.	X	0,597	0,207	Valid
6.	Karyawan Prima Unggul handal dalam memberikan pelayanan saya dari awal sampai akhir.	X	0,655	0,207	Valid
7.	Pelanggan merasa aman ketika karyawan Prima Unggul memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan.	X	0,705	0,207	Valid
8.	Karyawan Prima Unggul dapat memahami masalah/keluhan pelanggan dan dapat memberikan solusi atas masalah yang pelanggan hadapi.	X	0,558	0,207	Valid

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Daftar Pernyataan	Variabel	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1.	Saya sangat dengan pelayanan yang cepat dan tepat diberikan Prima Unggul.	Y	0,705	0,207	Valid
2.	Saya merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan Prima Unggul dalam melakukan pelayanan	Y	0,795	0,207	Valid
3.	Saya merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan Prima Unggul.	Y	0,749	0,207	Valid
4.	Saya puasa dengan fasilitas yang diberikan dan disediakan oleh Prima Unggul.	Y	0,849	0,207	Valid
5.	Saya merasa puas dengan, kenyamanan dan kebersihan kantor Prima Unggul.	Y	0,822	0,207	Valid
6	Saya akan mendaftar umrah yang kesekian kalinya.	Y	0,761	0,207	Valid

Sumber: Olah Kuesioner, 2020.

Berdasarkan Tabel diatas tersebut menjelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dengan n 91 (angka 91 karena jumlah responden adalah 91), maka r tabel sebesar 0,207. Hal ini berarti bahwa nilai *person correlation* lebih besar dari r tabel maka semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur pada kuesioner tersebut. Dimana hasil uji validitas yang dilakukan terhadap semua item Variabel X dan Variabel Y menunjukkan valid, karena memiliki nilai diatas 0,207 baik untuk semua item Variabel X dan Variabel Y.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat alat ukur dapat menunjukkan ketepatan, akurat, stabil, dan konsistensi dalam indikasi tertentu dari suatu kelompok individu, meskipun dilaksanakan dalam waktu yang terpisah. Ketika dilaksanakan uji ini melibatkan pernyataan-pernyataan yang telah dinilai valid. Dalam penelitian ini menggunakan *cronbach alpa* dari setiap instrument. Dapat dikatakan reliable ketika nilai *cronbach alpa* nya diatas dari 0,60.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah pertanyaan	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	8	0,784	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	6	0,871	Reliabel

Sumber: Olah Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa instrumen untuk setiap variabel penelitian adalah reliabel, karena  $\alpha$  hitung  $> 0,60$ . Pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki  $\alpha$  hitung  $0,784 > 0,06$  dan

variabel Kepuasan Pelanggan memiliki  $\alpha$  hitung  $0,871 > 0,06$ , Maka dinyatakan reliabel.

## 7. Hasil uji asumsi klasik.

### a. Uji Normalitas.

#### 1. Hasil uji *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogorov smirnov* yang bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi dari variabel dependen dan variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas untuk semua variabel dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.10**  
**Hasil uji normalitas**  
**One Sample Kolmogorov Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		91
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.20960739
Most	Absolute	.086
Extreme	Positive	.044
Differences	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,095 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf

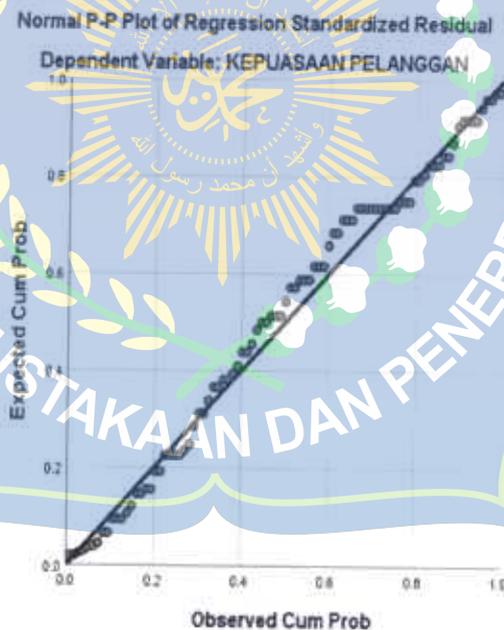
signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

### 3. Grafik normality probability plot.

Uji dapat dilakukan dengan ketentuan yang digunakan:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model garis memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian tersebut dapat juga dilihat pada gambar dibawah.



**Gambar 4.2**  
**Hasil Pengujian Normal P-P Plot**

Pada gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot of regresion standar dized* menunjukkan pola grafik yang

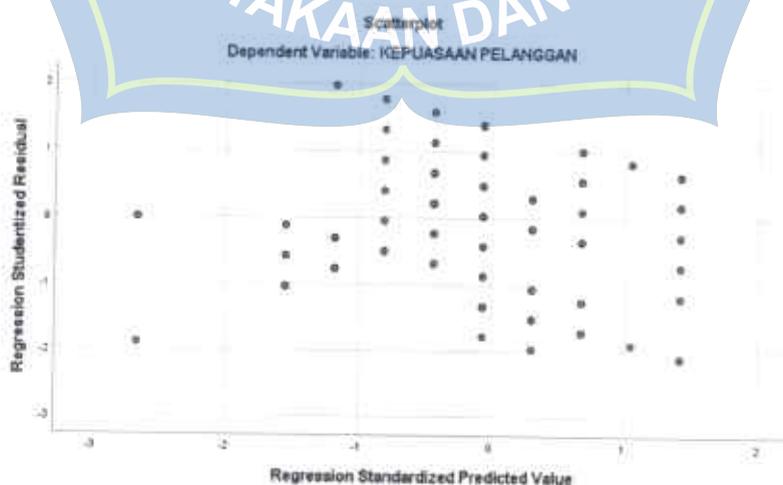
normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Hasil Uji Heterodastisitas.

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah model regresi terjadi ketidak samaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homokradastistas dan jika berbeda disebut heterodastitas. Adapun dasar yang digunakan untuk menentukan heterodastitas antara lain:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterodastitas.
- b. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastitas.

Hasil uji normalitas terhadap penyebaran data juga dapat dilihat pada gambar 4.3 Scatter Plot dibawah ini:



**Gambar 4.3**  
Hasil pengujian Scatter Plot

Dari hasil uji heteroskedastisitas, didapatkan hasil pada gambar 4.3 yang menu bukan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas maupun dibawa sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi penyimpangan heteroskedastisitas.

### 8 . Metode Analisis Regresi Liner Sederhana.

Selanjutnya akan dilakukan pengelolaan data dengan menggunakan metode analisis data regresi liner sederhana dengan bantuan spss. Analisis regresi liner sederhana merupakan hubungan antara dua variable yaitu variabel bebas ( *variable independen*) an variable tidak bebas ( *variable dependen*).

Regresi linear sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematik dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tidak bebas dan variabel bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linear untuk populasi adalah:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien variabel

x = Kualitas Pelayanan

e = Eror/Faktor Kesalahan

Dalam melakukan perhitungan analisis regresi linear semua data diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 26. Adapun hasil analisis data yang diperoleh dari pengolahan data SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.198	2.222
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas berdasarkan ketentuan kuat tidaknya pengaruh yang dijelaskan pada bagian sebelumnya dapat dijelaskan nilai R pada table diatas 0,455 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dimana variable X mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 45,5%. Dan nilai R square 0,207 yang menunjukkan bahwa variable Y yaitu kepuasan pelanggan dipengaruhi kuat oleh variable X sebesar 20,7% dan sisanya 30% dipengaruhi variable lain.

**Tabel 4.12**  
**Hasil perhitungan Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114.587	1	114.587	23.209	.000 <sup>b</sup>
	Residual	439.413	89	4.937		
	Total	554.000	90			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN						

$$\begin{aligned} \text{Derajat bebas pembilang} &= k - 1 \\ &= 2 - 1 = 1 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Derajat bebas penyebut} &= n - k \\ &= 91 - 2 = 89 \end{aligned}$$

$$\text{Maka } F \text{ tabel } 0,05 (1 ; 89) = 3,95$$

Bedasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil dari perhitungan Uji F dimana diperoleh nilai f hitung 23.209 dengan nilai signifikansi nya sebesar 0,000, karena nilai f hitung (23.209) lebih besar dari f tabel (3.95) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel distribusi  $\alpha = 0.05$  dengan derajat kebebasan (df)  $n - k - 1$  atau  $91 - 2 - 1 = 88$ . T tabel dihitung dengan menggunakan Ms excel dengan rumus  $TINV = (\text{tingkat signifikansi}; df)$  atau  $TINV = (0,05; 88 = 19,87)$ . Sehingga didapatkan t tabel 1.987.

Tabel 4.13

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.871	3.149		3.770	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.418	.087	.455	4.818	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, digunakan untuk melihat uji koefisien. Diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dari hasil t hitung  $4.818 > t$  tabel sebesar 1,987, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. taraf kesalahan sebesar 5% atau 0,05, maka akan dilakukan dengan uji hipotesis,  $H_1 =$  ada pengaruh kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*).

Dari nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi diperoleh nilai persamaan sebagai berikut:

- a. Kepuasan pelanggan  $Y = 4.818 + 0.418 X$
- b. Nilai konstanta sebesar 3.770 dan dinyatakan jika tidak ada variabel bebas maka kepuasan pelanggan juga sebesar 3.770.
- c. Nilai koefisien sebesar 0,418 dan menunjukkan bahwa meningkat kualitas pelayanan sebesar 1% dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,418.

Nilai uji t menunjukkan bahwa tingkat signifikan konstanta dan variabel independen,  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$  ini mempengaruhi secara signifikan regresi linear sederhana.

Dengan demikian pengujian statistik ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) yang ditunjukkan dengan angka yang signifikan  $0,000 < 0,05$  ada tabel model summary berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka hipotesis yang diajukan sebelumnya dinyatakan dapat diterima.

### C. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana dan uji t untuk memperoleh

gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X), sedangkan variabel dependenn Kepuasan Pelanggan (Y). Pengujian hipotesis antara variabel independen dan dependen dilakukan melalui SPSS 26 selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap hipotesis.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini dapat dijelaskan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, telah terbukti bahwa H1 diterima dikarenakan besarnya  $t$  hitung sebesar  $4.818 > t$  tabel  $1.987$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka H1 diterima. Ini berarti hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka H1 dapat diterima.

Keterkaitan kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Tarvel*) dengan  $F$  hitung =  $23,209 > F$  tabel  $3,95$ .  $F$  hitung yang lebih besar dari  $F$  tabel menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut secara bersama-sama (simultan). Ketika kondisi seseorang memungkinkan untuk memperoleh pengaruh dari faktor tersebut, maka faktor tersebut bisa memberikan pengaruh yang kuat terhadap subjek. Disamping itu juga didukung dengan adanya nilai koefisien ( $R$ ) sebesar  $0,455$  atau  $45,5\%$  yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa PT. Prima Unggul Global (*Tours & Tarvel*) adalah positif signifikan dengan  $F$  hitung  $23,209 > F$  tabel  $3,94$ . Maka H1 dapat diterima.

Makna dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan merupakan variable penting bagi pelayanan PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*), karena berpengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pelanggan dan pada tahap berikutnya akan berpengaruh positif pula pada kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan, Kotler dalam Lupiyoadi (2014:228). Sedangkan menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Pandiy Tjiptono (2012:312) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Kualitas pelayanan disini menjadi penting karena akan berdampak langsung kepada citra perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang baik diberikan kepada pelanggan maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dan membuat pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan maka pelanggan juga akan membantu mengalirkan pelanggan baru ke perusahaan dengan bantuan informasi dan pengalaman yang diterimanya dari sebuah perusahaan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, jaminan

keamanan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Briliance Hymy Imanuel & Shery Tanoto (2019) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diPT. Hastaco *Tour and Travel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan Dika Lambang Krisdayanti Sunarti ( 2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan.

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan pada PT. Prima Unggul Global (*tours & travel*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji regresi sederhana yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS versi 26 diperoleh suatu persamaan yaitu :

$$Y = 4.818 + 0.418 X$$

Dari persamaan tersebut terlihat bahwa kedua variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan (X) sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Prima Unggul Global (*tours & travel*) di Kota Makassar.

2. Keterkaitan kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan pada PT. Prima Unggul Global (*Tours & Travel*) dengan  $F_{hitung} = 23,209 > F_{tabel} 3,95$ .  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut secara bersamaan (simultan).

## B. Saran.

Setelah penulis melakukan penelitian di PT. PrimaUnggul Global (*Tours & Travel*) telah memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan jamaanya namun dalam realita pihak PT. PrimaUnggul Global (*Tours & Travel*) terus memperbaiki kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan jamaanya, maka berdasarkan pengamatan peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Komisaris pelayanannya pada pelanggan sudah baik, harus lebih mempertahankan dan menciptakan inovasi baru agar minat pelanggan jamaah bertambah .
2. Direktur harus lebih mempertahankan pelayanannya dan mengontrol lebih jauh terhadap pelayanan jamaah kepada pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, harapan besar bagi peneliti agar penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti lain untuk dilanjutkan, dikembangkan ataupun dikoreksi dengan sampel yang lebih bisa mewakili populasi dan dengan analisis yang lebih matang lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Herri. Zaki, Muhammad. Azmeri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mom Pase Kabupaten Aceh Utara. Jurnal teknik sipil universitas syiah kuala.* (Online) Vol. 6, No.3.
- Ariawira Y.K. 2014. *Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diPT. Telkom Yogyakarta.* Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Cahya W. 2018. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, diPT. Telkom Witel Jember Tahun 2017.* Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Universitas Jember: Jawa Timur.
- Edyansyah, Teuku. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lhokseumawe.* Jurnal Visioner & Strategi (Online) Vol. 5, No 1.
- Eko B. S. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Telpon Pada PT. Telkomsel Solo.* Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.
- Gitosudarmo, Indiriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE
- Ida M. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia AIRLINES di Bandara Polonia Medan.* Skripsi. Tidak diterbitkan. Sekolah Pascasarjana. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Lubis, syahri, alfi. Andayani, rahmah, nur. 2017. *Pengaruh kualitas pelyanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam.* *Jurnal of business administration.* Vol. 1, No. 2
- Malau, Herman. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisonal Sampai Era Modernisasi Global.* Bandung: Alfabeta
- Muhammas Y.B. 2013. *Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan diPT. PLN (Persero) Rayon Makassar.* Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Normasari, selvy. Kumadji, srikandi. Kusumawati, andriani. 2013. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.* *Jurnal administrasi bisnis.* Vol. 6, No. 2.

- Prasetio, Ari. 2012. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*. *Jurnal Management Analysis*. Vol.1, No.4.
- Panjaitan, Efendi, Januar. Yulianti, Lili, Ai. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen (Online)* Vol. 11, No. 2.
- Runtunuwu, Gerardo, Johannes. Oroh, Sem. Taroreh, Rita. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol. 2, No.3.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabii.
- Sembiring, janita, inka. Suharyono. Kusumawati, Andriani. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada McDonald's MT, Hanyoro Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 15, No. 1.





## Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

- **Pendahuluan.**

Sehubung dengan penyelesaian Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul (*Tours & Travel*)". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Prima Unggul (*Tours & Travel*). Agar penelitian ini dapat terlaksana, saya berharap ketersediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Adapun kuesioner ini digunakan sebagai alat ukur data dan hasil dari kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

- **Identitas Responden.**

Nama responden :

Jenis Kelamin :  laki-laki  perempuan

Usia :

Pekerjaan :  wiraswasta  pegawai

Pelajar/mahasiswa  lain-lain

- **Daftar Kuesioner.**

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pernyataan yang anda pilih .

Keterangan :

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**KS = Tidak Setuju**

**TS = Kurang Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

- **Pertanyaan**

Kualitas Pelayanan ( X).

No.	Pertanyaan	S	SS	KS	TS	STS
1.	Prima Unggul memiliki fasilitas fisik pendukung, seperti ruang pelayanan, wc yang sangat bersih dan yaman.					
2.	Karyawan Prima Unggul memiliki penampilan yang rapi					
3.	Karyawan Prima Unggul selalu siap/tanggap memberikan pelayanan dengan cepat					
4.	Karyawan Prima Unggul selalu siap/tanggap untuk dimintai bantuan					
5.	Prima Unggul selalu tepat waktu dalam memeberikan pelayanan sesuai janjinya.					
6.	Karyawan Prima Unggul handal dalam memberikan pelayanan saya dari awal sampai akhir.					
7.	Pelanggan merasa aman ketika karyawan Prima Unggul memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan.					
8.	Karyawan Prima Unggul dapat memahami masalah/keluhan pelanggan dan dapat memberikan solusi atas masalah yang pelanggan hadapi.					

Kepuasan Pelanggan (X).

No.	Pertanyaan	S	SS	TS	KS	STS
1.	Saya sangat dengan pelayanan yang cepat dan tepat diberikan Prima Unggul.					
2.	Saya merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan Prima Unggul dalam melakukan pelayanan					
3.	Saya merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan Prima Unggul.					
4.	Saya puasa dengan fasilitas yang diberikan dan di sediakan oleh Prima Unggul.					
5.	Saya merasa puas dengan keamanan, keyamanan dan kebersihan kantor Prima Unggul.					
6.	Saya akan mendaftar umroh yang kesekian kalinya.					



Lampiran 2 : Statistik deskripsi variabel Penelitian.

a. Variabel X

**Statistics**

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTALX
N Valid	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,56	4,43	4,41	4,49	4,60	4,59	4,58	4,51	36,18
Std. Error of Mean	0,055	0,059	0,060	0,059	0,052	0,052	0,054	0,057	0,283
Median	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	36,00
Mode	5	4	4	5	5	5	5	5	36
Std. Deviation	0,521	0,561	0,577	0,585	0,492	0,494	0,518	0,545	2,698
Variance	0,271	0,314	0,333	0,319	0,242	0,244	0,268	0,297	7,280
Range	2	2	2	2	1	1	2	2	11
Minimum	3	3	3	3	4	4	3	3	29
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Sum	415	403	401	409	419	418	417	410	3292

**X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
	SETUJU	38	41,8	41,8	42,9
	SANGAT SETUJU	52	57,1	57,1	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**X2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	3	3,3	3,3	3,3
	SETUJU	46	50,5	50,5	53,8
	SANGAT SETUJU	42	46,2	46,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**X3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	4	4,4	4,4	4,4
	SETUJU	46	50,5	50,5	54,9
	SANGAT SETUJU	41	45,1	45,1	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**X4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	3	3,3	3,3	3,3
	SETUJU	40	44,0	44,0	47,3
	SANGAT SETUJU	48	52,7	52,7	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**X5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SETUJU	38	39,6	39,6	39,6
	SANGAT SETUJU	55	60,4	60,4	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**X6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SETUJU	37	40,7	40,7	40,7
	SANGAT SETUJU	54	59,3	59,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KURANG SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
SETUJU	36	39,6	39,6	40,7
SANGAT SETUJU	54	59,3	59,3	100,0
Total	91	100,0	100,0	

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KURANG SETUJU	2	2,2	2,2	2,2
SETUJU	41	45,1	45,1	47,3
SANGAT SETUJU	48	52,7	52,7	100,0
Total	91	100,0	100,0	

b. Variabel Y

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTALY
N Valid	91	91	91	91	91	91	91
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,56	4,53	4,47	4,49	4,46	4,48	27,00
Std. Error of Mean	0,055	0,055	0,053	0,057	0,055	0,059	0,260
Median	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00	27,00
Mode	5	5	4	5	4	5	30
Std. Deviation	0,521	0,524	0,502	0,545	0,523	0,565	2,481
Variance	0,271	0,274	0,252	0,297	0,274	0,319	6,156
Range	2	2	1	2	2	2	10
Minimum	3	3	4	3	3	3	20
Maximum	5	5	5	5	5	5	30
Sum	415	412	407	409	406	408	2457

**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
	SETUJU	38	41,8	41,8	42,9
	SANGAT SETUJU	52	57,1	57,1	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**Y2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
	SETUJU	41	45,1	45,1	46,2
	SANGAT SETUJU	49	53,8	53,8	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**Y3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SETUJU	48	52,7	52,7	52,7
	SANGAT SETUJU	43	47,3	47,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**Y4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	2	2,2	2,2	2,2
	SETUJU	42	46,2	46,2	48,4
	SANGAT SETUJU	47	51,6	51,6	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**Y5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
	SETUJU	47	51,6	51,6	52,7
	SANGAT SETUJU	43	47,3	47,3	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

**Y6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG SETUJU	3	3,3	3,3	3,3
	SETUJU	41	45,1	45,1	48,4
	SANGAT SETUJU	47	51,6	51,6	100,0





X08	Pearson	-.031	.192	.222	.298**	.298**	.359**	.481**	1	.558**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.774	.068	.034	.004	.004	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson	.332**	.670**	.760**	.751**	.597**	.655**	.705**	.558**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Y

**Correlations**

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TOTAL
Y01	Pearson	1	.574**	.463**	.461**	.386**	.428**	.705**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y02	Pearson	.574**	1	.605**	.633**	.521**	.405**	.795**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y03	Pearson	.463**	.605**	1	.556**	.514**	.400**	.749**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y04	Pearson	.461**	.633**	.556**	1	.710**	.586**	.846**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y05	Pearson	.386**	.521**	.514**	.710**	1	.703**	.822**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y06	Pearson	.428**	.405**	.400**	.586**	.703**	1	.761**
	Correlation							

Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson	.705**	.795**	.749**	.846**	.822**	.761**
	Correlation						1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		91	91	91	91	91	91

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Reliabilitas.

1. Kualitas pelayanan.

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items
.784	.782		8

2. Kepuasan Pelanggan.

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items
.871	.871		6

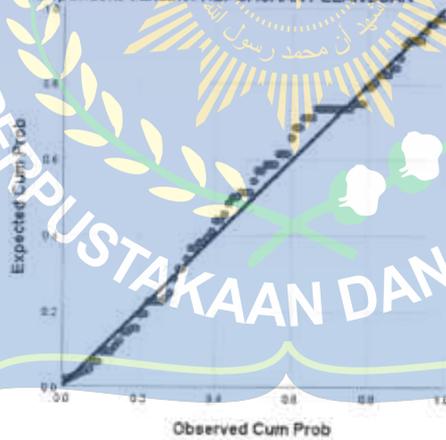
2. Uji Asumsi Klasik.

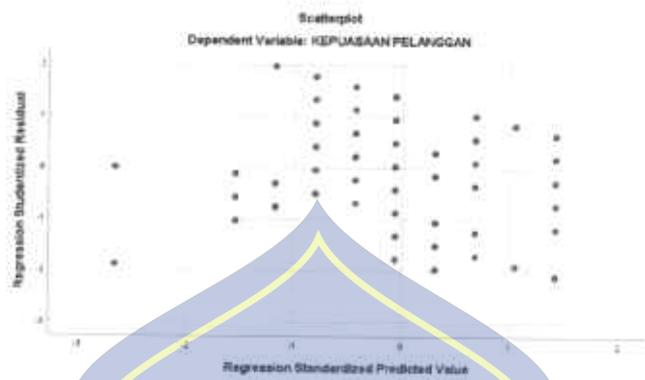
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20960739
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.044
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN





### 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.198	2.222
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	114.587	1	114.587	23.209	.000 <sup>b</sup>
Residual	439.413	89	4.937		
Total	554.000	90			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN					

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.871	3.149		3.770	.000
KUALITAS PELAYANAN	.418	.087	.455	4.818	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					



**PRIMA UNGGUL  
GLOBAL**  
*the qualified services*

No. 140/PUG/SK/IX/2020

Makassar, 24 September 2020

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar  
Jl. Sultan Alauddin No.259 gedung iqra Lt.7  
Di -  
**MAKASSAR**

Perihal : Permohonan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1. Menunjuk surat saudara Nomor : 20147/05/CA-II/VI/41/2020 dan Perihal Permohonan Izin untuk melakukan Penelitian.
2. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, disampaikan bahwa permohonan saudara pada prinsipnya diizinkan untuk mengadakan Penelitian PT.Prima Unggul Global Jl. Sultan Alauddin, Alauddin Plaza Blok BA.16 Makassar tanggal 29 Juni - 15 Agustus 2020.
3. Adapun mahasiswa yang direkomendasikan sbb:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN
1	Usnul Hatimah	105721114016	Manajemen

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan banyak terima kasih.

Hormat kami,

  
**Hj. Auliya Rioati**  
Direktur

Jl. Sultan Alauddin  
Kompleks Ruko Alauddin Plaza Ba 16  
Makassar - Sulsel - Indonesia  
Tlp. 0411-8987-561

*the qualified services*

## BIOGRAFI PENULIS



Usnul hatimah lahir di Galung Boddong pada tanggal 15 Agustus 1998 dari pasangan suami istri Bapak Patahuddin dan Ibu Andi Hasni. Peneliti adalah anak kedua dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Galung Boddong Kec. Rilau Ale Kab. Bulukumba.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD 242 Galung Boddong lulus tahun 2010, SMP Negeri 42 Bontolohé lulus tahun 2013, SMA Negeri 10 Bulukumba lulus tahun 2016, dan mulai tahun 2016 mengikuti program S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

