

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. MEIDA WISATA
*TOUR AND TRAVEL***

SKRIPSI



SYAHRUL

NIM: 105721129520

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

2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

**JUDUL PENELITIAN:
PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
PADA PT. MEIDA WISATA TOUR AND TRAVEL**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

SYAHRUL

NIM: 105721129520

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Jangan takut gagal, tapi takutlah tidak pernah mencoba”
(Roy T. Bennet)**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah Dan Ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, dan teman temanku yang saya banggakan.

PESAN DAN KESAN

PESAN

“Masa perkuliahan merupakan tempat dimana akan hal-hal baru yang akan selalu dikenang”

KESAN

“Masuk ke dunia perkuliahan, saya mendapatkan banyak ilmu baru dan banyak teman-teman baru yang hebat.”



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Syahrul, Nim : 105721129520 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0009/SK-Y/61201/091004/2024 M, Tanggal 24 Dzulqada'dah 1445 H/1 Juli 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Dzulqada'dah 1445 H

1 Juli 2024 M

PANITIA UJIAN

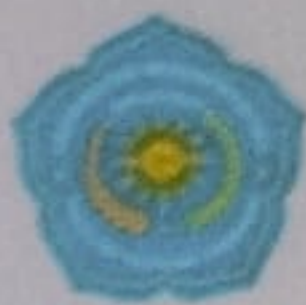
1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Andi Mappatempo, S.E, M.M
2. Dr. Muchriady Mucran, S. Kom., M.M
3. Sitti Marhumi, S.E., M.M
4. Aulia, S. IP., M. Si. M

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 0902116603



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Pada PT. Meida Wisata Tour And Travel
Nama Mahasiswa : SYAHRUL
NIM : 105721129520
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

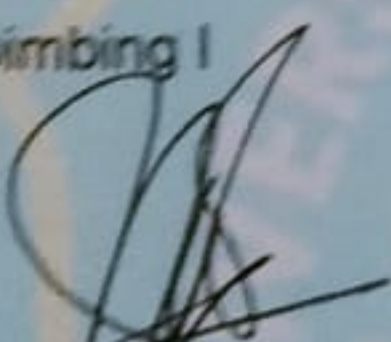
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 29 juni 2024 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 1 Juli 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

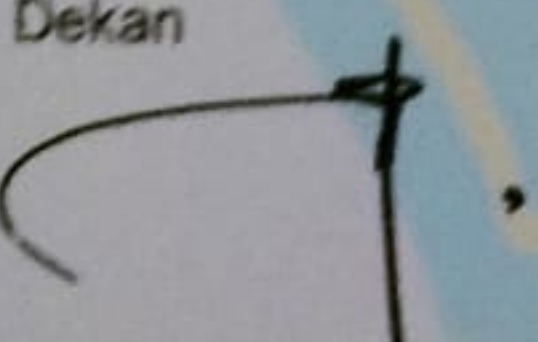

Dr. Andi Mappatompo, S.E., M.M
NIDN. 0921037201

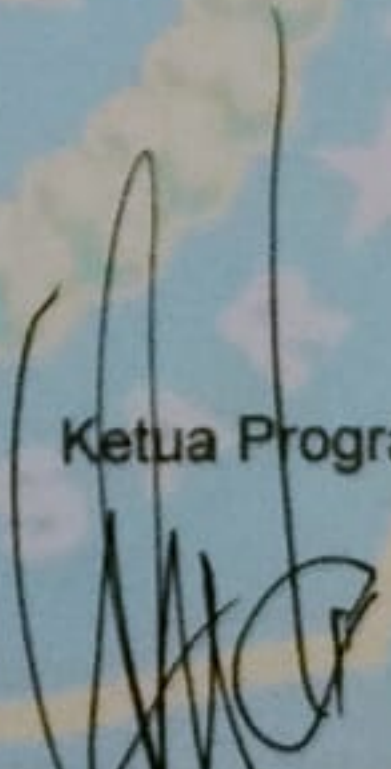

Syarthini Indrayani, S.E., M.Si
NIDN. 0901107605

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M. Si
NBM: 0902116603


Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151132



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

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

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahrul
Stambuk : 105721129520
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Meida Wisata Tour And Travel

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 1 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Syahrul

NIM: 105721129520

Diketahui Oleh:

Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 0902116603

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahrul
NIM : 105721129520
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-exclusive Royalty Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
PT. Meida Wisata Tour And Travel**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 1 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Syahrul
NIM: 105721129520

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Meida Wisata Tour And Travel”.

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 yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan Seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu.

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. Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Andi Mappatempo, SE., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.SI selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak Ir. Muhammad Akib, M.M selaku Penasehat Akademik yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun rencana studi.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Tak lupa saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan do`a, perhatian dan semangat dalam menempuh pendidikan hingga proses penyelesaian tugas akhir ini.
10. Pimpinan dan staf pegawai PT. Meida Wisata Tour And Travel terima kasih telah membantu memberikan fasilitas tempat penelitian kepada penulis.

11. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2020, terkhusus Manajemen 20G dan MM20 A yang senantiasa memberikan bantuan dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
12. Terima kasih kepada teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat dan dukungannya serta waktu luangnya dalam membantu pengerjaan tugas akhir ini.

Akhirnya 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 Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar

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

Makassar, 1 Juli 2024

Penulis

Syahrul

ABSTRAK

SYAHRUL. 2024. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Meida Wisata Tour And Travel*. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Andi Mappatempo dan Syarthini Indrayani.

Tujuan Penelitian ini merupakan penelitian jenis bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 165 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi pembagian kuesioner dan dokumentasi, Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Versi 27* mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel, maka penulis menarik kesimpulan bahwa bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan variabel bukti fisik diperoleh nilai t hitung $5,902 > t$ tabel $0,153$, variabel kehandalan diperoleh nilai t hitung $8,452 > t$ tabel $0,153$, variabel daya tanggap diperoleh nilai t hitung $3,573 > t$ tabel $0,153$, variabel jaminan diperoleh nilai t hitung $3,100 > t$ tabel $0,153$, dan variabel empati diperoleh nilai t hitung $6,713 > t$ tabel $0,153$.

Kata Kunci : *Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati*



ABSTRACT

SYAHRUL. 2024. *The Effect of Service on Customer Satisfaction at PT. Meida Wisata Tour And Travel. Thesis, Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Andi Mappatempo and Syarthini Indrayani.*

The aim of this research is quantitative research with the aim of finding out the effect of service on customer satisfaction at PT. Meida Wisata Tour And Travel. The population and sample used in this research amounted to 165 respondents. The type of data used in this research is quantitative data obtained and related to the problem being studied. Data collection was carried out by observing the distribution of questionnaires and documentation. Based on the results of data research using statistical calculations via Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Version 27 software regarding the influence of service on customer satisfaction at PT. Meida Wisata Tour And Travel, the author draws the conclusion that physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), guarantee (X4), and empathy (X5) have a positive and significant effect on customer satisfaction. This is proven by the physical evidence variable which obtained a t value of 5.902 > t table 0.153, variable reliability obtained a t value of 8.452 > t table 0.153, variable responsiveness obtained a t value of 3.573 > t table 0.153, variable assurance obtained a t value of 3.100 > t table 0.153, and variable empathy obtained a calculated t value of 6.713 > t table 0.153.

Keywords: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	37

C. Jenis Dan Sumber Data.....	38
D. Populasi Dan Sampel	39
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
G. Metode Analisis Data.....	43
H. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian.....	56
C. Analisis Dan Interpretasi (Pembahasan).....	74
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skor Jawaban	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	58
Tabel 4.4 Analisis Bukti Fisik	59
Tabel 4.5 Analisis Kehandalan	60
Tabel 4.6 Analisis Daya Tanggap	61
Tabel 4.7 Analisis Jaminan	63
Tabel 4.8 Analisis Empati	64
Tabel 4.9 Analisis Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.12 Uji Multikoloneritas	70
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Meida Wisata Tour And Travel	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedasitas	71



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005), sedangkan Kotler (2003) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat 2 produk akan

kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005) yang terdiri dari bukti fisik merupakan bentuk pelayanan yang dimana bisa dilihat langsung dan dirasakan atau bisa juga apa yang digunakan karyawan, kehandalan merupakan bentuk pelayanan handal yang dimiliki karyawan, mengetahui mekanisme kerja, prosedur kerja dan mampu memberikan informasi yang benar kepada setiap pelayanan yang belum dimengerti oleh konsumen, sehingga memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan tersebut, daya tanggap merupakan keinginan para karyawan untuk membantu konsumen dengan memberikan pelayanan yang tanggap, seperti karyawan yang cepat dan tepat dalam melayani, konsumen selalu mendapatkan bantuan atau informasi dengan jelas dari karyawan yang melayani dan dalam memberikan pelayanan ini, perusahaan harus mendengar suara konsumen dalam menyampaikan kritik dan saran mereka, jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan bagaimana perusahaan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya, dan empati merupakan perhatian yang diberikan dengan tulus secara individual untuk konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen, seperti kemudahan konsumen dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan kebutuhan konsumen lainnya.

PT. Meida Wisata *Tour And Travel* sebagai salah satu jasa masyarakat harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai pelanggan dengan memberikan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang

terbaik.

Beberapa bidang pelayanan dan fasilitas yang harus dikembangkan secara berkelanjutan meliputi pelayanan, dan penunjang serta fasilitas pelayanan umum lain yang lebih lengkap dan memadai, sumber daya manusia (karyawan), dan sistem informasi. Tjiptono (2000) menyebutkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan institusi jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sebuah institusi jasa untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen, khususnya adalah konsumen (Srinadi dan Nilakusmawati, 2008).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pelanggan atau belum. Oleh karena itu, PT. Meida Wisata *Tour And Travel* dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan pelanggan meningkat.

Pihak PT. Meida Wisata *Tour And Travel* perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Dari uraian diatas, maka penelitian ini akan menyelesaikan masalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*?
2. Apakah Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*?
3. Apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*?
4. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*?
5. Apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*?

C. Tujuan Penelitian

Dengan memacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang sudah dinyatakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
2. Untuk menganalisis Keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
3. Untuk menganalisis Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
4. Untuk menganalisis Jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
5. Untuk menganalisis Empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian yang menarik dan dapat menambah wawasan khasanah keilmuan, serta dapat berguna bagi banyak pihak terutama sebagai tambahan referensi.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh PT. Meida Wisata *Tour And Travel* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

a. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terjadi ketika satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan oleh pihak lain. Tujuan perusahaan akan tercapai apabila dalam menjalankan usahanya dijalani bersamaan dengan pelaksanaan pemasaran yang baik. Karena dengan kita melakukan dan melaksanakan manajemen pemasaran dengan baik maka kita akan dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

pemasaran menurut para ahli: Pengertian manajemen pemasaran menurut (P. and K . L . K . Kotler , 2016) yang diterjemahkan oleh Bob Sobran mengatakan bahwa: "Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul."

Manajemen pemasaran menurut (Daryanto, 2011) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Manajemen pemasaran menurut (Buchari Alma, 2011)

manajemen pemasaran dan pemasaran jasa, adalah : “Kegiatan menganalisa, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.” Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan perusahaan bisa tercapai.

b. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Sedangkan menurut istilah terdapat beberapa definisi, antara lain:

- a. Menurut (Moenir, 2002), Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.
- b. Menurut (Kotler, 1997), mendefinisikan pelayanan atau jasa sebagai sebagai segala tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh kepala pihak orang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibles* tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Pelayanan yang baik atau layanan yang prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). Berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Assegaff (1982), adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Lewis dan Boom dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2000), adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Apabila pelayanan diterima sesuai dengan yang diharapkannya maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan pendapat diatas disimpulkan bahwa ada factor 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. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan negative atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kepuasan pelanggannya secara konsisten.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, dkk dalam Tjiptono (2016) menjelaskan terdapat

lima dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Berikut indikator dari dimensi kualitas pelayanan beserta definisi operasionalnya :

1) Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik merupakan bentuk pelayanan yang dimana bisa dilihat langsung dan dirasakan atau bisa juga apa yang digunakan karyawan (Parasuraman dalam Tjiptono, 2016).

Menurut Zoeldhan dalam Rindi (2019) bukti fisik atau *tangible* yaitu berupa sarana dan prasarana yang ada dan memadai, alat bantu pelayanan yang digunakan, penampilan karyawan dan bentuk pelayanan yang dapat dilihat langsung dan dirasakan konsumen.

Berdasarkan definisi menurut para ahli dapat diuraikan bahwa bukti fisik atau *tangible* merupakan bentuk pelayanan yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen, seperti sarana dan prasarana yang mendukung dan memadai harus diperhatikan perusahaan agar mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen.

Indikator dari bukti fisik menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Kebersihan dan kenyamanan ruangan
- b) Tempat parkir yang luas dan aman
- c) Fasilitas lengkap
- d) Kerapian petugas pelayanan (karyawan)
- e) Tata letak barang rapi dan mudah ditemui

2) Kehandalan (*reliability*)

Definisi kehandalan atau *reliability* menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016) merupakan bentuk pelayanan handal yang

dimiliki karyawan, mengetahui mekanisme kerja, prosedur kerja dan mampu memberikan informasi yang benar kepada setiap pelayanan yang belum dimengerti oleh konsumen, sehingga memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan tersebut.

Kualitas pelayanan dimensi kehandalan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya, karena kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari karyawan yang memiliki prestasi kerja (Zoeldhan dalam Rindi 2019).

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat diuraikan bahwa kehandalan merupakan bentuk pelayanan yang membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dimana karyawan memberikan arahan yang benar dan sebaik-baiknya pelayanan kepada setiap konsumen, sehingga memberikan dampak positif atas pelayanan tersebut.

Indikator dari kehandalan menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Karyawan yang cekatan
 - b) Karyawan yang berpengalaman dalam melayani konsumen
 - c) Kemampuan karyawan dalam menguasai penggunaan alat bantu maupun teknologi secara baik
 - d) Kecermatan karyawan
 - e) Karyawan mengetahui persediaan barang
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016) adalah keinginan para karyawan untuk membantu konsumen dengan memberikan pelayanan yang tanggap, seperti karyawan yang cepat

dan tepat dalam melayani, konsumen selalu mendapatkan bantuan atau informasi dengan jelas dari karyawan yang melayani dan dalam memberikan pelayanan ini, perusahaan harus mendengar suara konsumen dalam menyampaikan kritik dan saran mereka. Sedangkan menurut Margaretha dalam Vidya (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dengan memberikan ketepatan dalam memberikan informasi.

Keinginan melayani konsumen dengan baik dapat dilakukan dengan bagaimana perusahaan menanggapi keluhan, kritik dan saran dari konsumen dalam bentuk apapun. Dengan cara meletakkan kotak saran ditempat yang strategis, adanya nomor telepon khusus atau bisa juga melalui media sosial yang ada di perusahaan. Selain itu, juga bisa melakukan survei langsung untuk memperoleh *feedback* berupa tanggapan yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai tolak ukur keberhasilan untuk mencapai kepuasan. Indikator dari daya tanggap menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Karyawan menanggapi konsumen dengan cepat dan tepat
- b) Konsumen mendapat pelayanan sesuai dengan permintaanya
- c) Karyawan selalu merespon keluhan, kritik dan saran dari konsumen
- d) Karyawan memberikan pengarahan yang bijaksana dan sebaik-baiknya pelayanan kepada konsumen
- e) Ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan

4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan atau asuransi menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016) adalah perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan bagaimana perusahaan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah dari konsumen. Seperti produk yang cacat atau rusak bisa ditukar dengan produk yang baru sesuai perjanjian dan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai.

Assurance atau jaminan dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa jaminan meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk yang tepat, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan juga menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Indikator dari jaminan menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Karyawan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai
- b) Karyawan melayani pertukaran barang apabila kualitasnya tidak baik atau cacat
- c) Kualitas produk yang dijual
- d) Karyawan yang sudah berpengalaman di bidangnya
- e) Karyawan memberikan penjelasan tentang produk

5) Empati (*empahty*)

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016) empati merupakan perhatian yang diberikan dengan tulus secara individual untuk konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen, seperti kemudahan konsumen dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan kebutuhan konsumen lainnya. Sedangkan Zoeldhan (2012) mengatakan bahwa empati dalam pelayanan adalah adanya suatu kepedulian, keseriusan, perhatian, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkandan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut.

Pada intinya dalam setiap pelayanan harus adanya empati atau kepedulian perusahaan kepada konsumen. Sebagaimana apabila konsumen membutuhkan pelayanan apapun dari perusahaan maka harus siap memberikan pelayanan yang baik, memberikan perhatian secara penuh dan tidak membeda-bedakan konsumen.

Indikator dari empati menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Karyawan tidak membeda-bedakan konsumen
- b) Karyawan memberikan perhatian secara penuh kepada konsumen
- c) Karyawan merespon dengan baik dan ramah atas apa yang diinginkan konsumen
- d) Karyawan bersikap sopan
- e) Konsumen selalu mendapat kemudahan dalam memperoleh

informasi yang diinginkan

d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan apa yang mereka terima dan harapannya. Jika apa yang mereka terima tidak sesuai harapan atau ekspektasinya maka pelanggan akan kecewa. Apabila apa yang mereka terima seperti harapan bahkan melebihi ekspektasinya atau harapan maka konsumen akan merasa senang atau merasa puas.

Menurut Fandy dan Anastasia (2019) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumen mengkonsumsinya. Kotler dalam Zulanda (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan apa yang mereka terima dan harapannya.

Dari pendapat diatas tersebut dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara apa yang mereka terima dan juga harapannya. Setelah membeli dan menggunakan suatu produk pelanggan akan merasakan antara puas atau kecewa terhadap produk tersebut. Apabila merasa puas maka akan membuat pelanggan terdorong untuk melakukan pembelian ulang. Namun sebaliknya, jika pelanggan kecewa maka tidak akan membeli produk yang sama dikemudian hari. Perasaan kecewa timbul apabila produk yang diterima tidak sesuai harapan yang diinginkan.

Indikator dari kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016) yaitu :

1. Pelanggan merasa senang atas pelayanan yang diberikan
2. Pelanggan puas dengan harga yang dibayarkan
3. Terpenuhinya harapan Pelanggan
4. Kepuasan terhadap fasilitas
5. Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain

e. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Tjiptono (2016), mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

a) Sistem keluhan dan sasaran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

b) Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tangkapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan. Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara:

1. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, sangat puas.

2. *Derived dissatisfaction*

Pelanggan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

3. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4. *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

c) *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungkan pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meninggalkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

f. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Lupiyadi dalam Zulanda (2019) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

1) Kualitas produk atau jasa

Mengenai kualitas produk atau jasa yang lebih berkualitas dilihat dari fisiknya. Contoh fasilitas yang lengkap.

2) Kualitas pelayanan

Berberapa pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka pelayanan akan dikatakan berkualitas.

3) Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif. pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran dengan harga yang relatif lebih murah.

g. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Adapun penelitian yang ada dibawah ini adalah penelitian yang memiliki maksud dan tujuan yang sama dengan penelitian ini yaitu tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti ambil yaitu, sebagai berikut:

1. (Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan, 2019)

Judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial

maupun simultan pada PT.Borwita Citra Prima Bondowoso. Jenis Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT.Borwita Citra Prima Bondowoso. Jumlah sampel 100 responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji alat ukur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsiveness dengan koefisien sebesar 0,003, assurance dengan koefisien sebesar 0,016, tangible dengan koefisien sebesar 0,037, reliability dengan koefisien sebesar 0,040 berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

2. (Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad, 2022)

Judul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar dalam satu bulan yang berjumlah 8500 orang pelanggan. Kemudian dari populasi tersebut diambil sebanyak 99 sampel yang dijadikan sebagai responden didalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden. Metode analisis data yang akan dilakukan terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda, uji t uji f dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan PT. Telkom Regional VII Kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. Dimana variabel Kualitas Pelayanan adalah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan memakai produk PT. Telkom.

3. (Anggraini, F., & Budiarti, A. 2020)

Judul Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh Gojek. Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Promosi berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

4. (Prihandoyo, C. 2019)

judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan JNE di Balikpapan dimana jasa pengiriman seperti ini sudah semakin banyak pesaingnya. Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan pada tahap analisis akan digunakan uji validitas dan uji reabilitas yang selanjutnya uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda serta dilakukan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil uji simultan bahwa variabel bebas yang meliputi kepuasan yaitu Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Balikpapan karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dan berdasarkan uji parsial bahwa variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Balikpapan, karena Daya Tanggap mempunyai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan paling besar daripada variabel lainnya.

5. (Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. 2021)

judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling yang berjumlah 96 orang responden. Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung 12,465 dan F hitung 155,388 dengan tingkat signifikansi menunjukkan $sig. 0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau

tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

6. (Ardista, R. 2021)

Judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil melalui uji-t atau wawancara, observasi, dan angket pada PT. Langit Membiru Wisata Bogor dan sumber data primer diolah dengan SPSS 25.

Hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan variabel (X) kualitas pelayanan dan variabel (Y) kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,00 < 0,05$) hal ini terbukti dengan nilai pada uji t diperoleh t hitung $91,624 > t_{tabel} 5,293$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima.

7. (Gofur, A.,2019)

judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan

pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah para pelanggan tetap perusahaan PT. Indosteger Jaya yang menggunakan teknik accidental sampling dan diperoleh 80 responden. Analisa data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil lainnya, bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

8. (Setyawati, R.,2023)

Judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Just 4 Fun Balikpapan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), dan kepuasan konsumen (X2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan media kuesioner dengan metode linkert. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari kafe Just 4 Fun Balikpapan. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan sampel sebanyak 88 konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS untuk melihat pengaruh

variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,00 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai arah regresi koefisien positif dengan kepuasan konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

9. (Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H., 2020)

Judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal, Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Tempo Cabang Tegal berjumlah 30 orang responden. Berdasarkan hasil uji *F* pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi $F 0,001 < 0,005$ yang berarti kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji *t* dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik (0,099), keandalan (0,841), jaminan (0,258) dan

empati (0,689) > probabilitas 0,05 yang berarti variabel tersebut secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel daya tanggap (0,033) < probabilitas 0,05 yang berarti secara parsial variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka ini berarti variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal.

10. (Imanuel, B. H.,2019)

Judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Hastaco Tour and Travel. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 78 responden melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dengan *software SPSS*.

Dengan hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Setyawati, R. (2023)	Pengaruh	Kualitas Pelayanan	analisis deskriptif dan	Hasil analisis

		kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen	n (X), Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)	analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,00 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.	menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2	Mulyaprada, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal	Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (Y)	metode kuantitatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.	Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka ini berarti variabel daya tanggap mempunyai pengaruh

					yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal.
3	Immanuel, B. H. (2019).	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel.		kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 78 responden melalui teknik <i>purposive sampling</i> . Teknik analisis data yang digunakan dengan <i>software SPSS</i> .	Dengan hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.
4	Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan, 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)	deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT. Borwita Citra Prima Bondowoso. Jumlah sampel 100 responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji alat ukur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsiveness dengan koefisien sebesar 0,003, assurance dengan koefisien sebesar 0,016, tangible dengan koefisien sebesar 0,037, reliability dengan koefisien sebesar 0,040 berpengaruh terhadap kepuasan

					<p>konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.</p>
5	Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad, 2022	pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y)	analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda, uji t uji f dan uji koefisien determinasi.	Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan PT. Telkom Regional VII Kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. Dimana variabel Kualitas Pelayanan

					adalah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan memakai produk PT. Telkom.
6	Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020)	pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y)	penelitian kuantitatif. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
7	Prihandoyo, C. (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan	Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (Y)	uji validitas dan uji reabilitas yang selanjutnya uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda serta dilakukan uji asumsi klasik.	Berdasarkan hasil uji simultan bahwa variabel bebas yang meliputi kepuasan yaitu Bentuk Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati secara bersama-sama mempunyai

					<p>pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Balikpapan karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}. Dan berdasarkan uji parsial bahwa variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Balikpapan, karena Daya Tanggap mempunyai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan paling besar daripada variabel lainnya.</p>
8	Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling yang berjumlah 96 orang responden. Variabel bebas (X) yang	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t_{hitung} 12,465 dan F_{hitung} 155,388 dengan tingkat

		Restoran Saung Manglid.		digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.	signifikansi menunjukkan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7%
--	--	-------------------------	--	---	---

					dipengaruhi oleh variabel lainnya.
9	Ardista, R. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil melalui uji-t atau wawancara, observasi, dan angket	Hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan variabel (X) kualitas pelayanan dan variabel (Y) kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yaitu $(0,00 < 0,05)$ hal ini terbukti dengan nilai pada uji t diperoleh t hitung $91,624 > t_{tabel} 5,293$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima.
10	Gofur, A. (2019).	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap	Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan	Analisa data menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1)

		kepuasan pelanggan.	Pelanggan (Y)		mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
--	--	---------------------	---------------	--	---

h. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan uraian hubungan antara konsep atau variabel yang diukur dalam penelitian yang akan dilakukan (Notoatjo, 2012). Maka terlebih dahulu penulis menentukan konsep operasional yang dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

Indikator dari bukti fisik menurut Tjiptono (2016) yaitu :

- a) Kebersihan dan kenyamanan ruangan
- b) Tempat parkir yang luas dan aman
- c) Fasilitas lengkap
- d) Kerapian petugas pelayanan (karyawan)
- e) Tata letak barang rapi dan mudah ditemui

Indikator dari kehandalan menurut Tjiptono (2016) yaitu:

- a) Karyawan yang cekatan
- b) Karyawan yang berpengalaman dalam melayani pelanggan
- c) Kemampuan karyawan dalam menguasai penggunaan alat bantu

maupun teknologi secara baik

- d) Kecermatan karyawan
- e) Karyawan mengetahui persediaan barang

Indikator dari Daya Tanggap menurut Tjiptono (2016) yaitu

- a. Karyawan menanggapi pelanggan dengan cepat dan tepat
- b. Pelanggan mendapat pelayanan sesuai dengan permintaanya
- c. Karyawan selalu merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan
- d. Karyawan memberikan pengarahan yang bijaksana dan sebaik baiknya pelayanan kepada pelanggan
- e. Ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan

Indikator dari Jaminan menurut Tjiptono (2016) yaitu

- a. Karyawan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai
- b. Karyawan melayani pertukaran barang apabila kualitasnya tidak baik atau cacat
- c. Kualitas produk yang dijual
- d. Karyawan yang sudah berpengalaman di bidangnya
- e. Karyawan memberikan penjelasan tentang produk

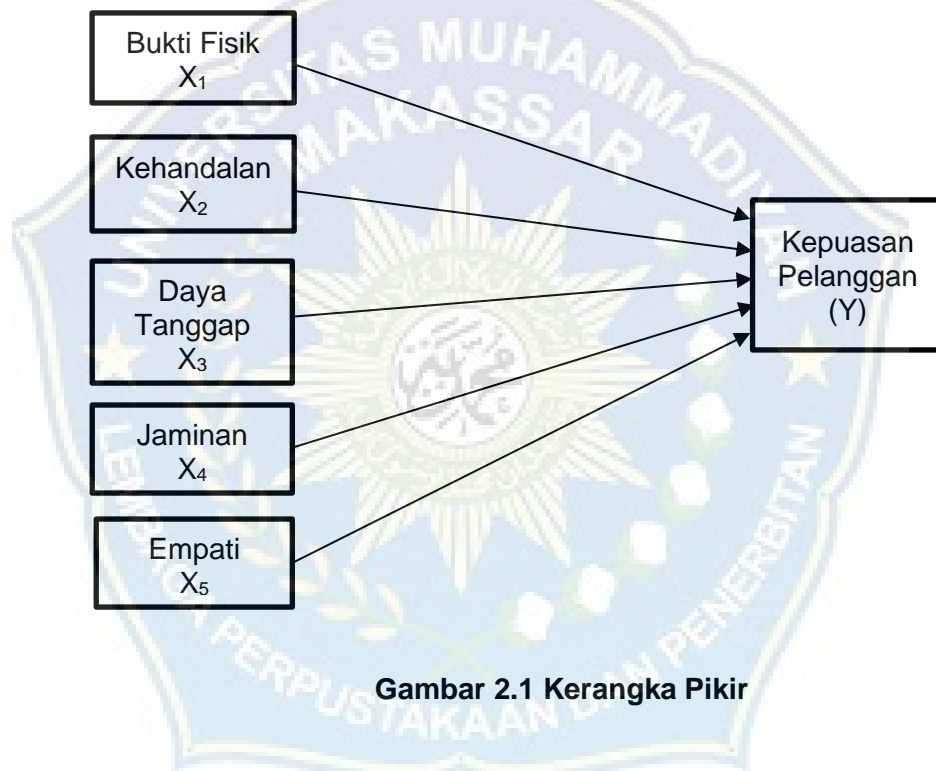
Indikator dari Empati menurut Tjiptono (2016) yaitu:

- a) Karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan
- b) Karyawan memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan
- c) Karyawan merespon dengan baik dan ramah atas apa yang diinginkan pelanggan
- d) Karyawan bersikap sopan
- e) Pelanggan selalu mendapat kemudahan dalam memperoleh

informasi yang diinginkan

Indikator dari kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016) yaitu :

1. Pelanggan merasa senang atas pelayanan yang diberikan
2. Pelanggan puas dengan harga yang dibayarkan
3. Terpenuhinya harapan pelanggan
4. Kepuasan terhadap fasilitas
5. Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

i. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
2. Kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
3. Daya Tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.

4. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.
5. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Meida Wisata *Tour And Travel*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Wilayah penelitian kuantitatif adalah perilaku yang mempunyai gejala yang tampak, dapat diamati, dapat dikonsepsikan, dapat diukur sebagai variabel-variabel yang muncul dimasyarakat. Dalam penelitian kuantitatif terdapat dua format penelitian yaitu format desliptif dan format eksplanatif. Sedangkan dalam penelitian ini format penelitian yang lebih tepat digunakan adalah format penelitian eksplanatif. Format eksplanatif dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya, atau menjelaskan hubungannya, perbedaaan atau pengaruh suatu variabel terhadap yang lainnya. karena itu penelitian dengan format ekspansi menggunakan sampel dan hipotesis dalam penelitiannya.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Meida Wisata *Tour And Travel*,
JL. A.P. Pettarani Ruko New Zamrud Blok E 21-22, Kota Makassar.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari tahun 2024 setelah melaksanakan ujian seminar proposal.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif, dimana data ini diperoleh dari yang diteliti dalam bentuk angka yang akan digunakan untuk pembahasan lebih lanjut mengenai penelitian ini.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dimana data yang diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada dua diantaranya :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau pihak pertama. Pada umumnya, data primer dapat dijadikan sebagai data utama karena keakuratannya tidak perlu dipertanyakan lagi. Data yang menjadi sumber data primer untuk penelitian ini adalah pelanggan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara media. Data ini digunakan sebagai penopang data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder dapat berupa dokumen, angket, buku-buku literatur maupun media perantara lainnya.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi besar tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian terkecil dari populasi (Dwi Priyanto, 2010). Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut-paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

★ Sampel pendapat (Malhotra, 2006) Menyatakan bahwa apabila populasi besar tidak diketahui jumlahnya maka sampel dihitung berdasarkan formula 5 sampai 10 x estemek parameter dari jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung $5 \times 33 = 165$ Sampel.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan untuk memperoleh data-data yang valid dari penelitian. Ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi, metode ini dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi langsung yang berada pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.
2. Kuesioner, metode ini merupakan salah satu metode survei yang berupa pertanyaan – pertanyaan yang diberikan kepada responden yang bersifat

tertutup maupun terbuka dengan jawaban-jawaban yang sudah disiapkan, dan dengan diharapkannya responden memilih salah satu jawaban yang tersedia. Adapun pengukuran skala dalam metode ini yaitu menggunakan taraf skala likert sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skor Jawaban

Skor	Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Kurang Setuju (KS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

3. Dokumentasi, merupakan metode yang digunakan peneliti dengan cara menganalisis dokumen-dokumen tertulis seperti buku, majalah, dokumen foto, dan lain sebagainya.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Moh Nasir, 2005).

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bentuk pelayanan yang dimana bisa dilihat langsung dan dirasakan atau bisa juga apa yang digunakan karyawan.

Bukti Fisik diukur dengan 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; kebersihan dan kenyamanan ruangan, tempat parkir yang luas dan

aman, fasilitas lengkap, kerapian petugas pelayanan (karyawan), tata letak barang rapi dan mudah ditemui.

2. Keandalan, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bentuk pelayanan handal yang dimiliki karyawan, mengetahui mekanisme kerja, prosedur kerja dan mampu memberikan informasi yang benar kepada setiap pelayanan yang belum dimengerti oleh pelanggan, sehingga memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan tersebut.

Keandalan diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; karyawan yang cekatan, karyawan yang berpengalaman dalam melayani jamaah, kemampuan karyawan dalam menguasai penggunaan alat bantu maupun teknologi secara baik, kecermatan karyawan, karyawan mengetahui persediaan barang, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpecaya dan akurat.

3. Daya Tanggap, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan yang tanggap.

Daya Tanggap diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; karyawan menanggapi pelanggan dengan cepat dan tepat, pelanggan mendapat pelayanan sesuai dengan permintaannya, karyawan selalu merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan, karyawan memberikan pengarahannya yang bijaksana dan sebaik-baiknya pelayanan kepada pelanggan, ketetapan karyawan dalam memberikan pelayanan, kesediaan untuk membantu pelanggan.

4. Jaminan, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bagaimana perusahaan menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

Jaminan diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; karyawan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai, karyawan melayani pertukaran barang apabila kualitasnya tidak baik atau cacat, kualitas produk yang dijual, karyawan yang sudah berpengalaman dibidangnya, karyawan memberikan penjelasan tentang produk, pengetahuan produk secara cepat.

5. Empati, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai perhatian yang diberikan dengan tulus secara individual untuk pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Empati diukur dengan 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016) yakni; karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan, karyawan memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan, karyawan merespon dengan baik dan ramah atas apa yang diinginkan pelanggan, karyawan bersikap sopan, pelanggan selalu mendapat kemudahan dalam memperoleh informasi yang diinginkan.

6. Kepuasan Pelanggan, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara apa yang mereka terima dan juga harapannya.

Kepuasan Pelanggan diukur 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; pelanggan merasa senang atas pelayanan yang diberikan, pelanggan

puas dengan harga yang dibayarkan, terpenuhinya harapan pelanggan, kepuasan terhadap fasilitas, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

G. Metode Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan maka dalam penelitian ini digunakan:

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif, metode ini didasarkan pada penggunaan angka-angka atau variabel numerik untuk menghasilkan informasi yang dapat diukur secara objektif.

2. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas, metode ini digunakan untuk mengukur sejauh mana item kuesioner sah dan tidak sah. Item kuesioner dapat dikatakan sah jika pertanyaan yang ada didalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka item kuesioner yang diukur sah.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka item kuesioner yang diukur tidak sah.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, metode ini digunakan untuk untuk mengukur keberadaan kesesuaian alat pengukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat pengukur tersebut memiliki hasil yang seragam apabila digunakan berulang kali pada waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan *Cronbach alpha*. Variabel yang diukur dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach alpha* $> 0,05$.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah layak atau tidaknya model analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas berkorelasi maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut heteroskedastisitas atau kata lain model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda, dimaksudkan untuk mengetahui hubungan yang ada diantara variable independent dengan variable dependen.

Adapun persamaan umum regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variable dependen Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi parsial variable bukti fisik

b_2 = Koefisien regresi parsial variable keandalan

b_3 = Koefisien regresi parsial variable daya tanggap

b_4 = Koefisien regresi parsial variable jaminan

b_5 = Koefisien regresi parsial variable empati

X_1 = Variable bukti fisik

X_2 = Variable kehandalan

X_3 = Variable daya tanggap

X_4 = Variable Variable jaminan

X_5 = Variable empati

H. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent dengan variabel dependen secara parsial. Untuk menguji hipotesis secara parsial (Uji t) akan menggunakan aplikasi SPSS V.27 karena dinilai akurat.

b. Uji F (Uji Model)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat apakah model regresi yang dibangun menggambarkan fakta atau dapat digeneralisasikan ditempat penelitian. Model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Analisis uji F dilakukan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} namun sebelum membandingkan nilai tersebut harus ditentukan tingkat kepercayaan dan derajat kebebasan = $n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya.

Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $value > \alpha$ maka:

- 1) H_a diterima karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- 2) H_0 ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $value < \alpha$ maka:

- 1) H_a ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- 2) H_0 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum PT. Meida Wisata Tour And Travel

PT. Meida Wisata berlokasi di JL. A.P Pettarani Ruko New Zamrud Blok E 21/22 Makassar, Telp: (0411) 4225514, Fax: (0411) 4662879, Email PT. Meida Wisata : Meida.wisata@yahoo.com.

PT. Meida Wisata adalah sebuah travel Umrah dan Haji Plus yang berlokasi di Kota Makassar. Di bentuk pada tanggal 01 Februari 2011 dengan notaris BRILLIAN THIHORIS, SH di Makassar. Asal mula penamaan PT Meida Wisata ini merupakan gabungan nama antara ibu Meity Rahmatia dan Abdul Samad (Meida) yang juga merupakan pimpinan sekaligus pemilik dari travel tersebut.

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti dari pimpinan PT. Meida Wisata, hal yang kemudian mendasari mengapa beliau mendirikan travel Haji dan Umrah ialah atas inisiatif untuk membantu masyarakat yang ingin berangkat ke baitullah, karena berhubung banyaknya masyarakat pada waktu itu di tahun 2011 yang ingin melaksanakan umrah dikarenakan antrian haji yang lama. Maka beliau pun berinisiatif untuk mendirikan PT. Meida Wisata ini sebagai fasilitator bagi Jamaah yang ingin melaksanakan ibadah Umrah.

Awalnya PT. Meida Wisata ini merupakan konsorsium dari PT. Timoho Agung Wisata yang dimana pemilik dari PT. Timoho Agung Wisata ini juga merupakan pemilik sekaligus pimpinan dari PT Meida Wisata. Selama tahun 2011 sampai 2014, segala izin perjalanan umrah memakai izin

dari PT. Timoho Agung 50 wisata ini. Barulah kemudian pada tahun 2014, izin Haji dan Umrah PT. Meida Wisata diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia.

PT Meida Wisata berkantor pusat di Makassar. Hingga saat ini PT Meida Wisata mempunyai beberapa kantor cabang di beberapa daerah di Indonesia, di antaranya, Sorong, Merauke, Jayapura, Kendari, Palu, Batam, Banten, Kalimantan, Jakarta Selatan dan kantor perwakilan di Singapura. Untuk daerah Sulawesi Selatan sendiri juga mempunyai beberapa perwakilan di beberapa daerah seperti Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Bulukumba, Maros, Pangkep, Sidrap, Barru, Pinrang, Palopo, dan Masamba.

Saat sekarang, PT. Meida Wisata juga semakin memperluas usahanya didalam bidang tour and travel, yang dimana PT. Meida Wisata sekarang ini telah menjadi provider atau penyedia jasa pengurusan visa perjalanan untuk kemudian dipakai dalam melaksanakan perjalanan keluar negeri di Sulawesi Selatan. Selain itu, PT. Meida Wisata juga telah bekerja sama dengan pihak maskapai Garuda Indonesia serta Lion Air untuk proses booking seat dalam perjalanan ke Arab Saudi, jadi semua travel yang berdomisili di Sulawesi Selatan jika ingin memesan tiket perjalanan ke Arab Saudi khususnya bagi yang ingin memakai maskapai Garuda Indonesia maupun Lion Air akan di arahkan ke PT. Meida Wisata untuk kemudian melakukan booking seat sesuai tanggal pemberangkatan. PT. Meida Wisata ini juga membuat dan memasarkan paket perjalanan umrah yang dimana didalamnya sudah termasuk wisata, hotel, restoran, perusahaan oto bus serta guide selama perjalanan umrah.

Keunggulan utama PT. Meida Wisata dalam memberikan pelayanan kepada jamaah meliputi paket perjalanan bisnis, pribadi, kenyamanan dalam beribadah, keamanan serta keselamatan para jamaah selama perjalanan. PT. Meida Wisata tidak semata mengantar jamaah ke objek yang ingin dituju, tetapi agar supaya bagaimana para jamaah ini bisa mendapatkan pengalaman yang berharga serta memuaskan sesuai nilai biaya yang mereka keluarkan, baik dengan sasaran untuk mencapai kekhusyukan ibadah atau kepuasan dalam menikmati wisata religi umrah, dan lain sebagainya.

PT. Meida Wisata adalah perusahaan yang sepenuhnya dikelola oleh pimpinan dan staf yang memiliki pengalaman serta kompetensi di bidangnya. PT. Meida Wisata berkomitmen untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin sehingga jamaah yang dilayani akan merasa puas dan bangga karena telah merasakan bagaimana pelayanan yang baik dari perusahaan ini.

2. Profil PT. Meida Wisata

Nama Perusahaan : PT. Meida Wisata

Pimpinan Perusahaan : H. Abdul Samad Hamid, Lc

Alamat Perusahaan : JL. A.P. Pettarani Ruko New Zamrud Blok E 21/22

Kelurahan : Rappocini

Kecamatan : Rappocini

Kota : Makassar

Provinsi : Sulawesi Selatan

Kode Pos : 90222

Email : meida.wisata@yahoo.com 52

Telp : 0411 425514 / 081284010333

Tahun didirikan : 2011

Bidang Jasa Perusahaan :

- Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus
- Airlines Ticketing (Domestic & Internasional)
- Tours / Paket Wisata (Domestic & Internasional)
- Hotel Voucher (Domestic & Internasional)

3. Visi dan Misi Perusahaan/Instansi

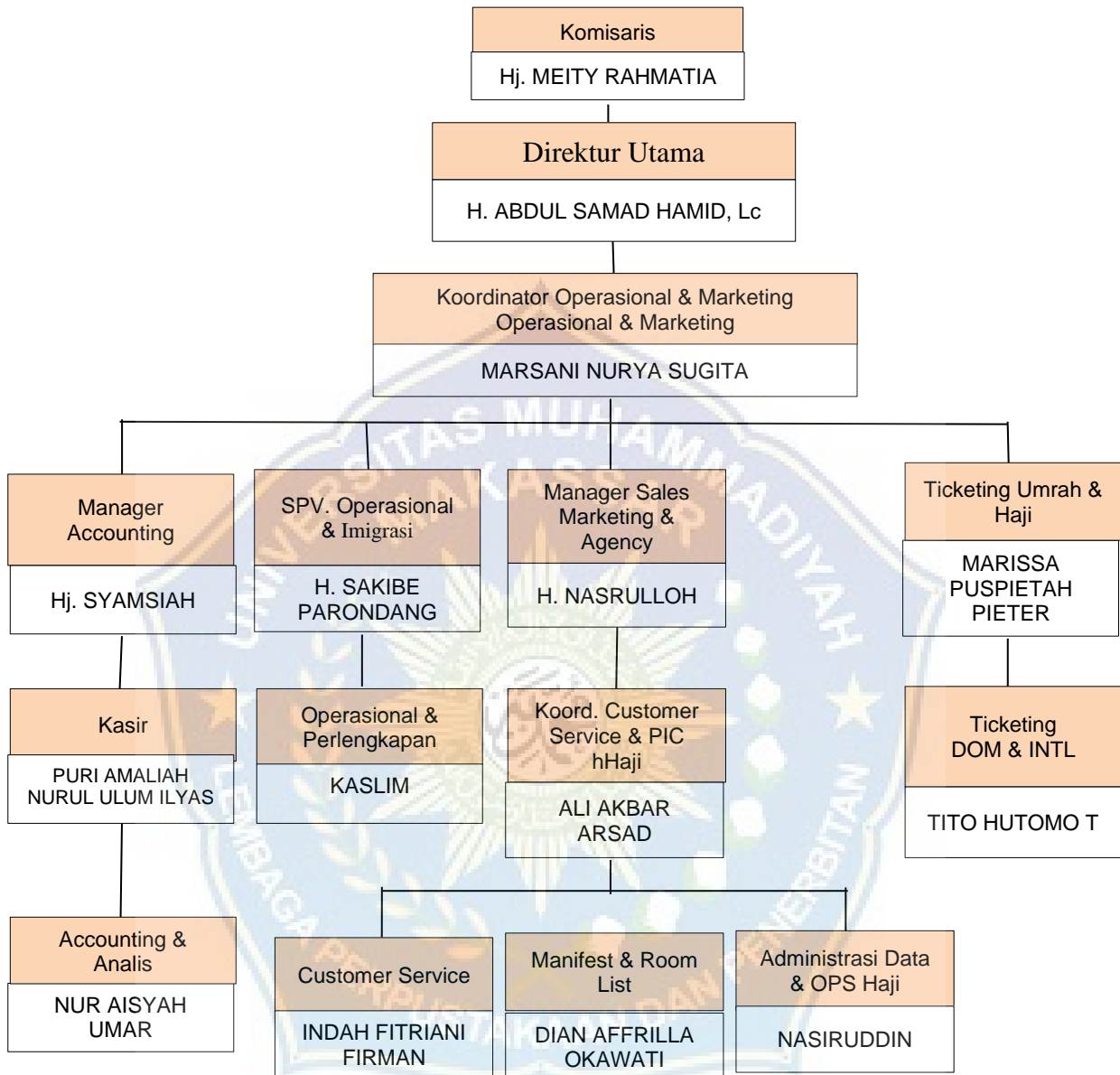
a. Visi

PT. Meida Wisata Tour & Travel menjadi penyedia layanan Haji & Umrah Dan Wisata yang dijalankan syariat Islam secara baik, benar, profesional dan bersahaja.

b. Misi

- Menyelenggarakan perjalanan ibadah Haji & Umrah dengan kualitas layanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.
- Memberikan kemudahan bagi jamaah dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah Haji & Umrah maupun dalam pelayanan lainnya.
- Menjalankan keseluruhan organisasi secara efektif, efisien, inovatif, progresif dan berintegritas untuk memberikan pelayanan yang terbaik.
- Selalu berorientasi pada nilai-nilai Islam dalam bekerja dan bertindak untuk dapat tercipta landasan kerja yang profesional dan barokah.

4. Struktur Organisasi PT. Meida Wisata Tour And Travel



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi yang disusun, maka adapun uraian tugas dan tanggung jawab para karyawan PT. Meida Wisata adalah sebagai berikut:

1. Komisaris

Tugas dan tanggung jawab utama komisaris adalah melakukan pengawasan terhadap pengurusan perusahaan yang dilakukan oleh direksi. Komisaris adalah posisi yang mewakili pemegang saham dalam sebuah perseroan terbatas. Tugas dan wewenang komisaris meliputi :

- a. Menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek.
- b. Mengurus atau menyelenggarakan rapat direksi serta menerbitkan notulen rapat baik untuk kepentingan operasional maupun dokumentasi.
- c. Memberikan pengarahan dan membuat program kerja perusahaan.
- d. Menyetujui strategi atau program kerja perusahaan.
- e. Memimpin secara langsung kegiatan biro pengawasan intern dengan bekerjasama dengan direksi lain.
- f. Memimpin dan mengurus perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas.

2. Direktur Utama

Direktur Utama adalah orang yang berwenang merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum perusahaan, atau organisasi sesuai dengan batas wewenang yang diberikan oleh suatu

badan pengurus atau badan pimpinan yang serupa seperti dewan komisaris. Tugas dan wewenang direktur utama meliputi :

- a. Menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek.
- b. Mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan.
- c. Membuat peraturan intern pada perusahaan yang tidak bertentangan dengan kebijakan perusahaan.
- d. Membimbing bawahan dan mendelegasikan tugas-tugas yang dapat dikerjakan oleh bawahan secara jelas.

3. Koordinator Operasional & Marketing

Koordinator merupakan bagian yang bertugas untuk mengarahkan bawahannya sesuai perintah atasan. Di bagian pemasaran, seorang koordinator harus menyampaikan tugas kepada anggota timnya dan memberikan arahan langsung tentang kinerja yang harus dicapai.

4. Manager Sales Marketing & Agency

Sales marketing adalah menjual dan mempromosikan barang dengan argument dan deskripsi yang jelas.

5. SPV operasional & Imigrasi

Supervisor operasional adalah salah satu posisi dalam perusahaan yang memiliki tugas untuk mengawasi segala aktivitas area tertentu dalam perusahaan.

6. Manager Accounting

Accounting Manager sendiri punya tugas penting terutama

dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Seperti halnya persiapan dan pelaporan keuangan bulanan yang dibuat untuk memantau keadaan keuangan bulanan yang dibuat untuk memantau keadaan keuangan perusahaan. Rincian tugas manager accounting bertanggung jawab atas:

- a. Keuangan baik yang keluar maupun yang masuk di perusahaan.
- b. Nota pembelanjaan kebutuhan kantor.
- c. *Invoice* (nota) yang keluar tiap harinya.
- d. Pelaksanaan dokumentasi untuk laporan keuangan
- e. Pelaksanaan dokumentasi untuk nota pembelanjaan.
- f. Pelaksanaan koordinasi kerja sama dengan pihak Bank.

7. Ticketing Umrah & Haji

Ticketing staff merupakan karyawan bagian tiket juga menjalankan tugas sebagai bagian *admin ticketing*. Rincian tugas dari *ticketing* yang bertanggung jawab atas:

- a. Bertanggung jawab dalam kegiatan mengeluarkan tiket atau mencetak tiket untuk pelanggan.
- b. Bertanggung jawab dalam kegiatan mengeluarkan *invoice*.
- c. Bertanggung jawab memberikan informasi mengenai detail tiket kepada pelanggan.
- d. Bertanggung jawab memberikan informasi mengenai data pelanggan kepada maskapai penerbangan terkait.
- e. Bertanggung jawab memberikan informasi perubahan jadwal penerbangan kepada pelanggan.

- f. Bertanggung jawab menyelesaikan kesalahan informasi data pelanggan ke maskapai terkait.

8. Ticketing DOM & INTL

Ticketing DOM & INTL adalah menjual tiket Domestik dan Internasional, rincian tugas dari ticketing DOM & INTL adalah:

- a. Menghandle bookingan dari customer via email dan telepon untuk reservasi tiket domestic dan internasional.
- b. Refund ticket cancel/tidak di pakai
- c. Membuat quotation schedule dan harga sesuai permintaan customer
- d. Update data customer.

9. Kasir

Tugas kasir perusahaan adalah mencatat seluruh transaksi, termasuk arus uang masuk dan keluar pada buku besar atau laporan keuangan lainnya.

10. Operasional & Perlengkapan

Tugas operasional dan perlengkapan adalah mengatur segala perlengkapan Jemaah mulai dari koper, kain ihram, mukena, buku manasik dll.

11. Koord. Customer Service & PIC

PIC adalah seseorang yang bertanggung jawab atas jalannya suatu event, proyek, atau tugas tertentu dalam kantor.

12. Accounting & Analisis

Accounting dan analisis adalah membuat pembukuan dan menyiapkan laporan keuangan secara on time dan akurat. Tugas dan wewenang accounting meliputi :

- a. Merencanakan strategi accounting perusahaan secara tepat sesuai strategi perusahaan .
- b. Mengevaluasi dan menganalisa implementasi sistem accounting untuk memberi masukan terhadap sistem keuangan dan strategi bisnis.
- c. Mengatur dan mengarahkan pencatatan neraca perusahaan dan menjaga keseimbangan neraca.

13. Costumer Service

Costumer service adalah pusat informasi yang menjawab pertanyaan terkait produk yang ditawarkan perusahaan, mendengar keluhan pelanggan atau klien, menerima saran, serta memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan.

14. Manifest & Room List

Mengelola data pribadi Jemaah yang melakukan pemesanan paket umrah, haji dan pemesanan kamar hotel.

15. Administrasi data & OPS Haji

Bertugas melaksanakan penyusunan bahan dan pelaksanaan kebijakan teknis, pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan, pengelolaan sistem informasi, dan penyusunan rencana, serta pelaporan dibidang haji .

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik

- a. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis yaitu pria dan wanita, untuk lebih jelasnya maka disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	Laki-laki	78	47.3%
2	Perempuan	87	52.7%
Jumlah		165	100%

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan data diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dimana jenis kelamin laki-laki berada pada angka 78 responden (47.3%), sedangkan jenis kelamin wanita berada pada angka 87 responden (52.7%).

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Pada karakteristik ini, peneliti membagi rentang umur dalam beberapa kategori. Agar lebih jelasnya maka disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frekuensi	Frekuensi (%)
Usia Responden			
1	21-26 tahun	6	3,6 %
2	27-32 tahun	9	5,5 %
3	33-38 tahun	18	10,9 %
4	39-44 tahun	31	18,8 %
5	45-50 tahun	35	21,2 %
6	51-56 tahun	26	15,8 %
7	57-62 tahun	19	11,5 %
8	63-68 tahun	17	10,3 %
9	69-74 tahun	1	.6 %
10	75-83 tahun	3	1,8 %
Total		165	100.0

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh hasil dari karakteristik responden berdasarkan usia, maka diasumsikan bahwa responden yang berumur dengan rentang 75 sampai 83 tahun memiliki angka 3 responden (1,8%), dan rentang umur 21 sampai 26 tahun hanya mencapai 1 responden (3,6%) dan berada di bawah kategori rentang umur 21 tahun sampai 26 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan

Jenjang pendidikan pada karakteristik ini merupakan latar belakang pendidikan responden dimana yang menjadi sampel pada penelitian ini. Peneliti membagi kategori pendidikan pada karakteristik ini yaitu D3, S1, S2, SMA, dan SMP. Adapun pengelompokkan jenjang pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	SMP	9	5,5%
2	SMA	86	52,1%
3	D3	22	13,3%
4	S1	37	22,4%
5	S2	11	6,7%
Jumlah		40	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan jenjang pendidikan SMA memiliki angka paling banyak yaitu sebanyak 86 responden (52,1%), pada urutan kedua S1 memiliki angka sebanyak 37 responden (22,4%), selanjutnya pada jenjang pendidikan D3 memiliki 22 responden (13,3%), dan SMP memiliki angka terkecil yaitu hanya 9 responden (5,5%) saja.

2. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif merupakan suatu hasil pengumpulan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Dimana hasil analisis

deskriptif penelitian ini berasal dari hasil interpretasi sumber data yaitu responden. Adapun hasil data yang telah diperoleh dan disajikan oleh peneliti secara sistematis sebagai berikut.

a. Bukti Fisik

Bukti Fisik diukur dengan 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016) yakni, kebersihan dan kenyamanan ruangan, tempat parkir luas dan aman, fasilitas lengkap, kerapian petugas pelayanan (karyawan), tata letak barang rapi dan mudah ditemui.

Tabel 4.4 Analisis Bukti Fisik

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										Mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	0	0,0	0	0,0	97	58,8	39	23,6	29	17,6	3,59
2	X1.2	0	0,0	0	0,0	7	4,2	79	47,9	79	47,9	4,44
3	X1.3	0	0,0	0	0,0	7	4,2	85	51,1	73	44,2	4,40
4	X1.4	0	0,0	0	0,0	5	3,0	86	52,1	74	44,8	4,42
5	X1.5	0	0,0	0	0,0	3	1,8	88	53,3	74	44,8	4,43
Total Mean												21,27

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Bukti Fisik (X1) dapat diketahui bahwa nilai mean variabel jawaban responden 21,27. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,44 yang diperoleh pada pernyataan X1.2 dimana bunyi pertanyaannya “ PT. Meida Wisata Tour And Travel mempunyai ruangan yang bersih dan nyaman “ itu menandakan bahwa bentuk pelayanan sesuai dengan apa yang dapat dan dirasakan oleh pelanggan. Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata terendah adalah pada pernyataan X1.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,59 dimana bunyi pernyataannya “ PT. Meida Wisata Tour

And Travel mempunyai lokasi yang strategis dan mudah dijangkau “ yang berarti pelayanan belum puas dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan.

b. Kehandalan

Kehandalan diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016) yakni, karyawan yang cekatan, karyawan yang berpengalaman dalam melayani pelanggan, kemampuan karyawan dalam menguasai penggunaan alat bantu maupun teknologi secara baik, kecermatan karyawan, karyawan mengetahui persediaan barang, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

Tabel 4.5 Analisis Kehandalan

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										Mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	0	0,0	0	0,0	94	57,0	42	25,5	29	17,6	3,61
2	X2.2	0	0,0	0	0,0	2	1,2	80	48,5	83	50,3	4,49
3	X2.3	0	0,0	0	0,0	3	1,8	78	47,3	84	50,9	4,49
4	X2.4	0	0,0	0	0,0	7	4,2	88	53,3	70	42,4	4,38
5	X2.5	0	0,0	0	0,0	3	1,8	87	52,7	75	45,5	4,44
6	X2.6	0	0,0	0	0,0	1	0,6	86	52,1	78	47,3	4,47
Total Mean												25,87

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Kehandalan (X2) dapat diketahui bahwa nilai total mean variabel jawaban responden 25,87. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,49 yang diperoleh pada pernyataan X2.2 dan X2.3 dimana bunyi pertanyaan X2.2 “ Karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel selalu melayani jamaah dengan sopan “ dan bunyi pertanyaan X2.3 “ Karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel selalu

menyelesaikan masalah dengan tepat waktu “ itu menandakan bahwa bentuk pelayanan sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata terendah adalah pada pernyataan X2.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,61 dimana bunyi pertanyaannya “ Karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel memiliki prosedur pendaftaran yang mudah“ yang berarti bahwa bentuk pelayanan masih belum memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

c. Daya Tanggap

Daya Tanggap diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016) yakni, karyawan menanggapi pelanggan dengan cepat dan tepat, pelanggan mendapat pelayanan sesuai dengan permintaannya, karyawan selalu merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan, karyawan memberikan pengarahannya yang bijaksana dan sebaik-baiknya pelayanan kepada pelanggan, ketetapan karyawan dalam memberikan pelayanan, kesediaan untuk membantu pelanggan.

Tabel 4.6 Analisis Daya Tanggap

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										Mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1	0	0,0	0	0,0	92	55,8	40	24,2	33	20,0	3,64
2	X3.2	0	0,0	0	0,0	9	5,5	85	51,5	71	43,0	4,38
3	X3.3	0	0,0	0	0,0	8	4,8	81	49,1	76	46,1	4,41
4	X3.4	0	0,0	0	0,0	4	2,4	82	49,7	79	47,9	4,45
5	X3.5	0	0,0	0	0,0	5	3,0	78	47,3	82	49,7	4,47
6	X3.6	0	0,0	0	0,0	3	1,8	76	46,1	86	52,1	4,50
Total Mean												25,85

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Daya Tanggap (X3) dapat diketahui bahwa nilai mean variabel jawaban responden 25,85. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,50 yang diperoleh pada pernyataan X3.6 dimana bunyi pertanyaannya “ Karyawan selalu bersifat aktif bukan pasif“ itu menandakan bahwa pelanggan selalu mendapatkan bantuan atau informasi dengan jelas dari karyawan yang melayani dalam memberikan pelayanan. Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terendah adalah pada pernyataan X3.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,64 dimana bunyi pernyataannya “ Karyawan selalu melayani dengan cepat “ yang berarti bentuk pelayanan masih belum memberikan ketepatan dalam memberikan informasi.

d. Jaminan

Jaminan diukur dengan 6 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; karyawan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai, karyawan melayani pertukaran barang apabila kualitasnya tidak baik atau cacat, kualitas produk yang dijual, karyawan yang sudah berpengalaman dibidangnya, karyawan memberikan penjelasan tentang produk, pengetahuan produk secara cepat.

Tabel 4.7 Analisis Jaminan

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										Mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X4.1	0	0,0	0	0,0	84	50,9	43	26,1	38	23,0	3,72
2	X4.2	0	0,0	0	0,0	3	1,8	81	49,1	81	49,1	4,47
3	X4.3	0	0,0	0	0,0	4	2,4	83	50,3	78	47,3	4,45
4	X4.4	0	0,0	0	0,0	2	1,2	87	52,7	76	46,1	4,45
5	X4.5	0	0,0	0	0,0	3	1,8	82	49,7	80	48,5	4,47
6	X4.6	0	0,0	0	0,0	2	1,2	76	46,1	87	52,7	4,52
Total Mean												26,07

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Jaminan (X4) dapat diketahui bahwa nilai mean variabel jawaban responden 26,07. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,52 yang diperoleh pada pernyataan X4.6 dimana bunyi pertanyaannya “ Peralatan dan perlengkapan mempunyai kualitas yang baik“ menandakan bahwa perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata terendah adalah pada pernyataan X4.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,72 dimana bunyi pernyataannya “ Karyawan mampu menjelaskan informasi kepada pelanggan dengan detail“ yang berarti belum menguasai pengetahuan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah dari pelanggan.

e. Empati

Empati diukur dengan 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016) yakni; karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan, karyawan memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan, karyawan merespon dengan baik dan ramah atas apa yang diinginkan pelanggan,

karyawan bersikap sopan, pelanggan selalu mendapat kemudahan dalam memperoleh informasi yang diinginkan.

Tabel 4.8 Analisis Empati

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										Mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X5.1	0	0,0	0	0,0	96	58,2	43	26,1	26	15,8	3,58
2	X5.2	0	0,0	0	0,0	12	7,3	82	49,7	71	43,0	4,36
3	X5.3	0	0,0	0	0,0	9	5,5	85	51,5	71	43,0	4,38
4	X5.4	0	0,0	0	0,0	5	3,0	86	52,1	74	44,8	4,42
5	X5.5	0	0,0	0	0,0	1	0,6	87	52,7	77	46,7	4,46
Total Mean												21,19

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Empati (X5) dapat diketahui bahwa nilai mean variabel jawaban responden 21,19. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,46 yang diperoleh pada pernyataan X5.5 dimana bunyi pertanyaannya “ Komunikasi yang diberikan karyawan memberikan anda rasa nyaman “ itu menandakan bahwa perhatian yang diberikan dengan tulus untuk pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata terendah adalah pada pernyataan X5.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,58 dimana bunyi pernyataannya “ Karyawan selalu bersedia memberikan informasi terbaru kepada pelanggan“ yang berarti bentuk pelayanan tidak sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman terhadap kepuasan pelanggan

f. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan diukur 5 indikator yang diadopsi dari (Tjiptono, 2016), yakni; pelanggan merasa senang atas pelayanan yang

diberikan, pelanggan puas dengan harga yang dibayarkan, terpenuhinya harapan pelanggan, kepuasan terhadap fasilitas, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Tabel 4.9 Analisis Kepuasan Pelanggan

NO	Ind.	Frekuensi dan presentase										mean
		STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	81	49,1	84	50,9	4,51
2	Y.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	82	49,7	83	50,3	4,50
3	Y.3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	87	52,7	78	47,3	4,47
4	Y.4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	89	53,9	76	46,1	4,46
5	Y.5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	82	49,7	83	50,3	4,50
Total Mean												22,45

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel di atas tentang jawaban responden mengenai Kepuasan Pelanggan (Y) dapat diketahui bahwa nilai mean variabel jawaban responden 22,45. Pernyataan yang memberikan nilai rata-rata terbesar sebanyak 4,51 yang diperoleh pada pernyataan Y1 dimana bunyi pertanyaannya “ PT. Meida Wisata Tour And Travel memberikan harga sesuai fasilitas yang disediakan “ menandakan bahwa pelanggan puas dengan harga sesuai fasilitas yang dibayarkan. Sedangkan pernyataan yang memberikan nilai rata terendah adalah pada pernyataan Y.4 dengan nilai rata-rata sebesar 4,46 dimana bunyi pertanyaannya “ Muthawif PT. Meida Wisata Tour And Travel selalu memberikan senyum dalam melakukan bimbingan ibadah“ yang berarti perlu memberikan kesempatan bagi para kepuasan pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

3. Uji Validitas

Kuesioner dalam penelitian ini dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_hitung	r_tabel	Keterangan
Bukti Fisik	X1.1	0,561	0,153	Valid
	X1.2	0,650	0,153	Valid
	X1.3	0,665	0,153	Valid
	X1.4	0,642	0,153	Valid
	X1.5	0,652	0,153	Valid
Kehandalan	X2.1	0,476	0,153	Valid
	X2.2	0,726	0,153	Valid
	X2.3	0,701	0,153	Valid
	X2.4	0,738	0,153	Valid
	X2.5	0,744	0,153	Valid
	X2.6	0,812	0,153	Valid
Daya Tanggap	X3.1	0,420	0,153	Valid
	X3.2	0,699	0,153	Valid
	X3.3	0,746	0,153	Valid
	X3.4	0,725	0,153	Valid
	X3.5	0,715	0,153	Valid
	X3.6	0,850	0,153	Valid
Jaminan	X4.1	0,493	0,153	Valid
	X4.2	0,703	0,153	Valid

	X4.3	0,724	0,153	Valid
	X4.4	0,722	0,153	Valid
	X4.5	0,746	0,153	Valid
	X4.6	0,827	0,153	Valid
Empati	X5.1	0,469	0,153	Valid
	X5.2	0,661	0,153	Valid
	X5.3	0,693	0,153	Valid
	X5.4	0,688	0,153	Valid
	X5.5	0,646	0,153	Valid
Kepuasan	Y.1	0,980	0,153	Valid
Pelanggan	Y.2	0,579	0,153	Valid
	Y.3	0,626	0,153	Valid
	Y.4	0,545	0,153	Valid
	Y.5	0,572	0,153	Valid

Sumber : Lampiran 2

1. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik Variabel X.1

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua Rhitung > Rtabel pada nilai signifikansi 0,05. X1.1 = 0,561, X1.2 = 0,650, X1.3 = 0,665, X1.4 = 0,642, X1.5 = 0,652. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X1 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

2. Hasil Uji Validitas Keandalan Variabel X.2

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua Rhitung > Rtabel pada nilai signifikansi 0,05. X2.1 = 0,476, X2.2 = 0,726, X2.3 = 0,701, X2.4 = 0,738, X2.5 = 0,744, X2.6 = 0,812. Oleh karena itu dapat

disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X2 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

3. Hasil Uji Validitas Daya Tanggap Variabel X.3

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. $X_{3.1} = 0,420$, $X_{3.2} = 0,699$, $X_{3.3} = 0,746$, $X_{3.4} = 0,725$, $X_{3.5} = 0,715$, $X_{3.6} = 0,850$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X3 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

4. Hasil Uji Validitas Jaminan Variabel X.4

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. $X_{4.1} = 0,493$, $X_{4.2} = 0,703$, $X_{4.3} = 0,724$, $X_{4.4} = 0,722$, $X_{4.5} = 0,746$, $X_{4.6} = 0,827$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X1 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

5. Hasil Uji Validitas Empati Variabel X.5

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. $X_{5.1} = 0,469$, $X_{5.2} = 0,661$, $X_{5.3} = 0,693$, $X_{5.4} = 0,688$, $X_{5.5} = 0,646$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X5 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

6. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Variabel Y

Hasil perhitungan Uji Validitas menunjukkan bahwa semua $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. $Y.1 = 0,980$, $Y.2 = 0,579$, $Y.3 = 0,626$, $Y.4 = 0,545$, $Y.5 = 0,572$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner Y pada penelitian ini bersifat valid dan dapat

digunakan.

4. Uji Reliabilitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variable	Cronbach's alpha	Reliabilitas
1	Bukti Fisik X1	0,605	Reliabel
2	Kehandalan X2	0,677	Reliabel
3	Daya Tanggap X3	0,645	Reliabel
4	Jaminan X4	0,669	Reliabel
5	Empati X5	0,592	Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan Y	0,677	Reliabel

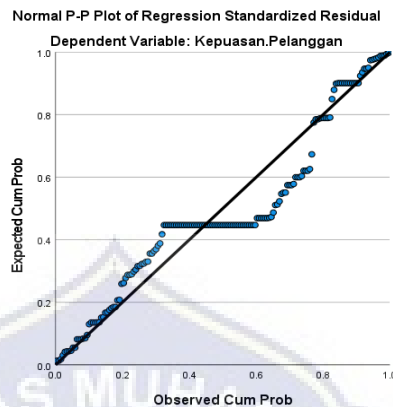
Sumber : Lampiran 2

Kuesioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika $\alpha > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak reliabel jika nilai $\alpha < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05.

Melalui Uji reliabilitas didapatkan bahwa semua item kuesioner Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) dan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat reliabel dan dapat digunakan karena nilainya $\alpha > R_{tabel}$.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 4.2 Uji Normalitas

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa gambaran data sebenarnya mengikuti garis normalitas maka dapat disimpulkan model regresi memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikoloneritas

Tabel 4.12 Uji Multikoloneritas

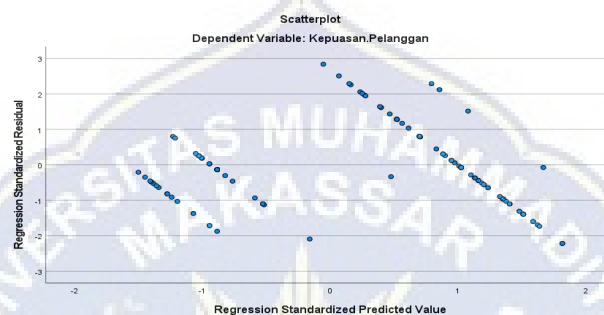
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	Bukti.Fisik	.510 1.961
	Kehandalan	.380 2.633
	Daya.Tanggap	.508 1.967
	Jaminan	.376 2.660
	Empati	.523 1.913

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap(X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap Kepuasan

Pelanggan tidak terjadi multikolinearitas dengan nilai VIF yang diperoleh masing-masing pada variabel yaitu Bukti Fisik 1.961, Kehandalan 2.633, Daya Tanggap 1.967, Jaminan 2.660, dan Empati 1.913 dimana nilai ini lebih besar dari 0,01 sehingga dapat disimpulkan pada model regresi ini dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas

Sumber : Lampiran 4

Dari grafik Scatterplot yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian sebelumnya terhadap pernyataan analisis klasik dasar regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel yang terlibat memenuhi pernyataan dan asumsi klasik. Penelitian ini akan dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan dan menginterpretasikan model regresi linear berganda.

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Variabel Terikat	B	Beta	t	Sig	Keterangan
Bukti Fisik	Kepuasan Pelanggan	0,196	0,224	5,902	0,000	Hipotesis Diterima
Kehandalan	Kepuasan Pelanggan	0,261	0,372	8,452	0,000	Hipotesis Diterima
Daya Tanggap	Kepuasan Pelanggan	0,092	0,136	3,573	0,000	Hipotesis Diterima
Jaminan	Kepuasan Pelanggan	0,095	0,137	3,100	0,002	Hipotesis Diterima
Empati	Kepuasan Pelanggan	0,222	0,252	6,713	0,000	Hipotesis Diterima
R = 0,940	Sig = 0,002					
R Square = 0,883						
F = 239,753						

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel di atas, nilai konstanta (a) 1,933, nilai Bukti Fisik (b_1) 0,196, Kehandalan (b_2) 0,261, nilai Daya Tanggap (b_3) 0,092, nilai Jaminan (b_4) 0,095, dan nilai Empati (b_5) 0,222 Maka penghasilan persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini antara lain:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 1,933 + 0,196X_1 + 0,261X_2 + 0,092X_3 + 0,095X_4 + 0,222X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

X_1 = Bukti Fisik

X_2 = Kehandalan

X_3 = Daya Tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

H. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-T)

1. Bukti Fisik

Uji hipotesis pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan, nilai signifikansi untuk variabel Bukti Fisik (X1) adalah 0,000, dimana $< 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai t hitung = 5,902, dimana $5,902 > t$ tabel sebesar 0,153. Dari hasil tersebut Variabel Bukti Fisik (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

2. Kehandalan

Uji hipotesis pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan, nilai signifikansi untuk variabel Kehandalan (X2) adalah 0,000, dimana $< 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 8,452, dimana $8,452 > t$ tabel sebesar 0,153. Dari hasil tersebut Variabel Kehandalan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

3. Daya Tanggap

Uji hipotesis pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan, nilai signifikansi untuk variabel Kehandalan (X3) adalah 0,000, dimana $< 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai t hitung = 3,573, dimana $3,573 > t$ tabel sebesar 0,153. Dari hasil tersebut Variabel Daya Tanggap (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

4. Jaminan

Uji hipotesis pengaruh Jaminan terhadap kepuasan pelanggan,

nilai signifikansi untuk variabel Kehandalan (X4) adalah 0,002, dimana $< 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 3,100, dimana $3,100 > t_{tabel}$ sebesar 0,153. Dari hasil tersebut Variabel Jaminan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

5. Empati

Uji hipotesis pengaruh Empati terhadap kepuasan pelanggan, nilai signifikansi untuk variabel Kehandalan (X5) adalah 0,000, dimana $< 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 6,713, dimana $6,713 > t_{tabel}$ sebesar 0,153. Dari hasil tersebut Variabel Empati (X5) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

b. Uji Model (Uji-F)

Uji F dilakukan melihat apakah model regresi yang dibangun menggambarkan fakta atau dapat digeneralisasikan.

Berdasarkan nilai R Square = 88,3% model menggambarkan fakta di tempat penelitian, sementara sisanya sebesar 11,7% merupakan keterbatasan alat ukur dalam mengungkapkan fakta.

C. Analisis Dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prihandoyo, C. 2019) dimana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara fakta ditempat penelitian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2006), Bukti Fisik merupakan penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, dan pegawai. Dalam hal ini berkaitan dengan kelengkapan dan penampilan fisik dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel terhadap pelanggannya, yang mana hal tersebut dapat dilihat dan dirasakan sendiri oleh para pelanggan. Dari jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas dengan penampilan dari karyawan, penggunaan peralatan yang modern dari perusahaan serta ruang tunggu yang disediakan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel. Variabel Bukti Fisik ini sangat penting untuk diperhatikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel. Dengan penampilan yang rapi dari karyawan, penggunaan peralatan modern oleh perusahaan serta penyediaan ruang tunggu yang nyaman, akan membuat pelanggan merasa senang dan nyaman dengan apa yang dilihat dan dirasakannya. Hal tersebut tentu akan mempengaruhi pandangan pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel. Pada penelitian ini, variabel Bukti Fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

2. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel Keandalan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setyawati, R. 2023).

Dimana kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara fakta di tempat penelitian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2006), Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan akurat dan dapat dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa jasa PT. Meida Wisata Tour And Travel mampu memberikan pelayanan secara akurat dan konsisten yang sesuai dengan apa yang dijanjikan, sehingga pelanggan merasa percaya terhadap jasa perusahaan ini. Dari jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas atas kecepatan dan ketepatan waktu dari pelayanan yang diberikan, keahlian dan keandalan dari karyawan dalam memberikan pelayanan serta kemampuan karyawan menghadapi masalah dan memberikan solusi bagi pelanggan. Keandalan merupakan hal yang penting bagi PT. Meida Wisata Tour And Travel, karena dengan Keandalan yang baik, maka dapat membuat pelanggan semakin yakin untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel. Pada penelitian ini, variabel Keandalan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

3. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Gofur, A. 2019). Dimana kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara

fakta ditempat penelitian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2006), Daya Tanggap merupakan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Hal ini berarti bagaimana kemampuan karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel membantu pelanggan yang membutuhkan informasi atau pelayanan yang dibutuhkan pada saat itu. Jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas atas pemberian informasi yang jelas oleh karyawan, membantu dan melayani pelanggan dengan baik, karyawan bersedia membantu dan menangani keluhan atau masalah yang dihadapi pelanggan serta pemberian kualitas pelayanan yang cepat oleh karyawan perusahaan. Variabel Tanggap ini sangat penting dan perlu diperhatikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel, karena dengan karyawan yang cepat tanggap akan membuat pelanggan merasa senang atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Misalnya saja dengan karyawan bersedia membantu dan menangani keluhan atau masalah yang dihadapi pelanggan dapat membantu pelanggan yang kebingungan dalam menyelesaikan permasalahannya. Pada penelitian ini, variabel Daya Tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

4. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Muh Rezky Pangeran Syafar

Arsyad, 2022), dimana harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara fakta ditempat penelitian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2006), Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan. Dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana jasa PT. Meida Wisata Tour And Travel dapat memberikan rasa kepercayaan dan keamanan kepada para pelanggan. Dari tabel jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas atas kecepatan karyawan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, kejelasan dalam pemberian informasi sehingga dapat memudahkan pelanggan, keluasan pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam menangani masalah pelanggan serta rasa tanggung jawab yang dimiliki karyawan jika terjadi kesalahan dalam pelayanan. Variabel Jaminan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh PT. Meida Wisata Tour And Travel dalam menyelenggarakan jasanya. Pada penelitian ini, variabel Jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

5. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan, 2019) dimana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan secara fakta ditempat penelitian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2006), Empati merupakan perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan. Dalam hal ini berkaitan dengan kemampuan para karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel untuk peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan selama menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dari tabel jawaban responden dapat diketahui jika mayoritas pelanggan merasa puas karena dimudahkan dalam pemberian masukan dan informasi oleh karyawan, pemberian pelayanan yang maksimal kepada pelanggan serta keadilan dan kesamarataan dalam pemberian pelayanan tanpa melihat status dari pelanggan. Variabel Empati merupakan hal yang penting bagi PT. Meida Wisata Tour And Travel. Dengan memberikan pelayanan secara adil kepada pelanggan tanpa melihat statusnya, akan membuat pelanggan merasa nyaman. Pada penelitian ini, variabel Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan mengenai variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.
2. Kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.
3. Daya Tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.
4. Jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.
5. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan dan hasil penelitian di atas saran-saran yang dapat diberikan penulis dalam skripsi ini pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.

1. Bagi Pimpinan Kantor
 - a. Diharapkan kepada PT. Meida Wisata Tour And Travel agar dapat mempertahankan sifat kekeluargaan antara pimpinan dengan staf maupun sesama staf di dalam PT. Meida Wisata Tour And Travel, sehingga terciptanya sistem koordinasi yang lebih baik lagi.

- b. Pihak travel harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan Kepuasan kepada Pelanggan.
- c. Pihak travel sebaiknya lebih dapat memberikan dan memperhatikan pengawasan pada pelanggan karena dengan pengawasan yang baik dan menepati janji nantinya akan ada nilai tambah pada pelayanan travel tersebut dan kepuasan yang lebih pada pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain di luar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, M. R. P. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 7 (3), 183-197.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8 (3), 86-94.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6 (1), 38-49.
- Assegaf, H. (1982). *Dja'far. Jurnalistik Massa Kini: Pengantar Praktis Kewartawanan*.
- Azwar, A. (1996). *Menjaga mutu pelayanan kesehatan*. Jakarta: pustaka sinar harapan, 1496.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. (2011)
- Daryanto.(2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, Juli 2012. Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta. Andi. *JAB*, 25 (1 Agustus 2015).
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Imanuel, B. H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. *Agora*, 7(1).
- Kotler, Zulanda (2019). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit* (pp. 139-156). Springer Singapore.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pelayanan Jasa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid I Edisi Revisi. PT. Graharindo. Jakarta.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002) h.17

- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3 (1), 26-38.
- P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Erlangga.(2016)
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal Geo Ekonomi*, 10(1), 116-129.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2 (1), 48-57.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19 (1), 57-63.
- Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen." *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9.2 (2019): 114-126.
- Srinadi, I. G. A. M., & Nilakusmawati, D. P. E. (2008). Faktor-Faktor penentu kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan fakultas sebagai lembaga pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana). *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 3 (3).
- Tjiptono,. 2016. *Service Quality & Satisfaction*,Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, (2000). *Manajemen jasa*.
- Tjiptono Fandy, A. D. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G., 2005, *Service, Quality, & Satisfaction.*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Zeithaml, Bitner dan Gremler. (2006). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th edition. International Edition. Singapore: McGraw-Hill

LAMPIRAN



6.	Karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel dapat menyelesaikan problem yang dihadapi jamaah				
----	--	--	--	--	--

Daya Tanggap

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan selalu melayani jamaah dengan cepat				
2.	Karyawan mampu menjawab pertanyaan yang diajukan Jamaah				
3.	Karyawan selalu bersedia menolong jamaah yang sedang Kesulitan				
4.	Karyawan selalu mendengarkan keluhan jamaah				
5.	Karyawan memberikan pelayanan tanpa ditunda-tunda				
6.	Karyawan selalu bersifat aktif bukan pasif				

Jaminan

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan mampu menjelaskan informasi kepada jamaah dengan detail				
2.	Travel memiliki karyawan yang cukup, sehingga selalu ada pengganti jika ada yang berhalangan datang				
3.	Travel memiliki cadangan peralatan dan perlengkapan yang memadai				
4.	Karyawan selalu tegas dalam memberikan jawaban				
5.	Karyawan selalu memberikan jawaban maupun informasi dengan jujur dan tanpa ditutup tutupi				
6.	Peralatan dan perlengkapan mempunyai kualitas yang baik				

Empati

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan selalu bersedia memberikan informasi terbaru kepada jamaah				
2.	Karyawan tidak membedakan antara jamaah				
3.	Karyawan selalu memahami dan mengerti apa yang dikeluhkan jamaah				
4.	Karyawan selalu memberikan perhatian penuh terhadap setiap jamaah				
5.	Komunikasi yang diberikan karyawan memberikan anda rasa nyaman				

KEPUASAN PELANGGAN

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
1.	PT. Meida Wisata Tour And Travel memberikan harga sesuai fasilitas yang disediakan				
2.	Karyawan PT. Meida Wisata Tour And Travel membimbing jamaah dengan emosional				

3.	Karyawan PT. Meida Wisata And Travel selalu memberikan senyuman dalam melakukan bimbingan ibadah				
4.	Muthawif PT. Meida Wisata Tour And Travel selalu memberikan senyum dalam melakukan bimbingan ibadah				
5.	Muthawif PT. Meida Wisata Tour And Travel memberikan informasi yang baik tentang sesuatu yang dibutuhkan jamaah ditanah suci				



LAMPIRAN 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

Correlations

		Bukti Fisik
X1.1	Pearson Correlation	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X1.2	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X1.3	Pearson Correlation	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X1.4	Pearson Correlation	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X1.5	Pearson Correlation	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Correlations

		Kehandalan
X2.1	Pearson Correlation	.476**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X2.2	Pearson Correlation	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X2.3	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X2.4	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	165
X2.5	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X2.6	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Correlations

		Daya Tanggap
X3.1	Pearson Correlation	.420**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X3.2	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X3.3	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X3.4	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X3.5	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X3.6	Pearson Correlation	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Correlations

		Jaminan
X4.1	Pearson Correlation	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X4.2	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X4.3	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X4.4	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X4.5	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X4.6	Pearson Correlation	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Correlations

		Empati
X5.1	Pearson Correlation	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X5.2	Pearson Correlation	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X5.3	Pearson Correlation	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X5.4	Pearson Correlation	.688**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
X5.5	Pearson Correlation	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Correlations

		Kepuasan Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	.980**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
Y.2	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
Y.3	Pearson Correlation	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
Y.4	Pearson Correlation	.545**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165
Y.5	Pearson Correlation	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	165

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Bukti Fisik X1

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	5

Kehandalan X.2

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	5

Daya Tanggap X.3

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	6

Jaminan X.4

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	6

Empati X.5

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.592	5

Kepuasan Pelanggan Y

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	165	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	165	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	5

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi

Frequency Table

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	78	47.3	47.3	47.3
	Perempuan	87	52.7	52.7	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

Frequencies

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.58	4.43	4.40	4.41	4.43

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
N	Valid	165	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.60	4.49	4.49	4.38	4.43	4.46

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
N	Valid	165	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.64	4.37	4.41	4.45	4.46	4.50

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
N	Valid	165	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.72	4.47	4.44	4.44	4.46	4.51

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
N	Valid	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.57	4.35	4.37	4.41	4.46

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
N	Valid	165	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.50	4.50	4.47	4.46	4.50

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	97	58.8	58.8	58.8
	4	39	23.6	23.6	82.4
	5	29	17.6	17.6	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	4.2	4.2	4.2
	4	79	47.9	47.9	52.1
	5	79	47.9	47.9	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	4.2	4.2	4.2
	4	85	51.5	51.5	55.8
	5	73	44.2	44.2	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	3.0	3.0	3.0
	4	86	52.1	52.1	55.2
	5	74	44.8	44.8	100.0
	Total	165	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
Valid 4	88	53.3	53.3	55.2
Valid 5	74	44.8	44.8	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	94	57.0	57.0	57.0
Valid 4	42	25.5	25.5	82.4
Valid 5	29	17.6	17.6	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	1.2	1.2	1.2
Valid 4	80	48.5	48.5	49.7
Valid 5	83	50.3	50.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
Valid 4	78	47.3	47.3	49.1
Valid 5	84	50.9	50.9	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	4.2	4.2	4.2
Valid 4	88	53.3	53.3	57.6
Valid 5	70	42.4	42.4	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
4	87	52.7	52.7	54.5
5	75	45.5	45.5	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	.6	.6	.6
4	86	52.1	52.1	52.7
5	78	47.3	47.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	92	55.8	55.8	55.8
4	40	24.2	24.2	80.0
5	33	20.0	20.0	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	5.5	5.5	5.5
4	85	51.5	51.5	57.0
5	71	43.0	43.0	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	4.8	4.8	4.8
Valid 4	81	49.1	49.1	53.9
Valid 5	76	46.1	46.1	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	2.4	2.4	2.4
Valid 4	82	49.7	49.7	52.1
Valid 5	79	47.9	47.9	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	3.0	3.0	3.0
Valid 4	78	47.3	47.3	50.3
Valid 5	82	49.7	49.7	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
Valid 4	76	46.1	46.1	47.9
Valid 5	86	52.1	52.1	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	84	50.9	50.9	50.9
Valid 4	43	26.1	26.1	77.0
Valid 5	38	23.0	23.0	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
4	81	49.1	49.1	50.9
5	81	49.1	49.1	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	2.4	2.4	2.4
4	83	50.3	50.3	52.7
5	78	47.3	47.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	1.2	1.2	1.2
4	87	52.7	52.7	53.9
5	76	46.1	46.1	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	1.8	1.8	1.8
4	82	49.7	49.7	51.5
5	80	48.5	48.5	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X4.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	1.2	1.2	1.2
Valid 4	76	46.1	46.1	47.3
Valid 5	87	52.7	52.7	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X5.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	96	58.2	58.2	58.2
Valid 4	43	26.1	26.1	84.2
Valid 5	26	15.8	15.8	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X5.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	7.3	7.3	7.3
Valid 4	82	49.7	49.7	57.0
Valid 5	71	43.0	43.0	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X5.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	5.5	5.5	5.5
Valid 4	85	51.5	51.5	57.0
Valid 5	71	43.0	43.0	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X5.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	3.0	3.0	3.0
Valid 4	86	52.1	52.1	55.2
Valid 5	74	44.8	44.8	100.0
Total	165	100.0	100.0	

X5.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	.6	.6	.6
4	87	52.7	52.7	53.3
5	77	46.7	46.7	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	81	49.1	49.1	49.1
5	84	50.9	50.9	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	82	49.7	49.7	49.7
5	83	50.3	50.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	87	52.7	52.7	52.7
5	78	47.3	47.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	89	53.9	53.9	53.9
5	76	46.1	46.1	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	82	49.7	49.7	49.7
Valid 5	83	50.3	50.3	100.0
Total	165	100.0	100.0	

Lampiran 4 Analisis Regresi dan Uji Asumsi

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.883	.879	.57494

a. Predictors: (Constant), Empati, Daya.Tanggap, Bukti.Fisik, Kehandalan, Jaminan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.254	5	79.251	239.753	.000 ^b
	Residual	52.558	159	.331		
	Total	448.812	164			

a. Dependent Variable: Kepuasan.Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Daya.Tanggap, Bukti.Fisik, Kehandalan, Jaminan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.933	.607		3.187	.002
	Bukti.Fisik	.196	.033	.224	5.902	.000
	Kehandalan	.261	.031	.372	8.452	.000
	Daya.Tanggap	.092	.026	.136	3.573	.000
	Jaminan	.095	.031	.137	3.100	.002
	Empati	.222	.033	.252	6.713	.000

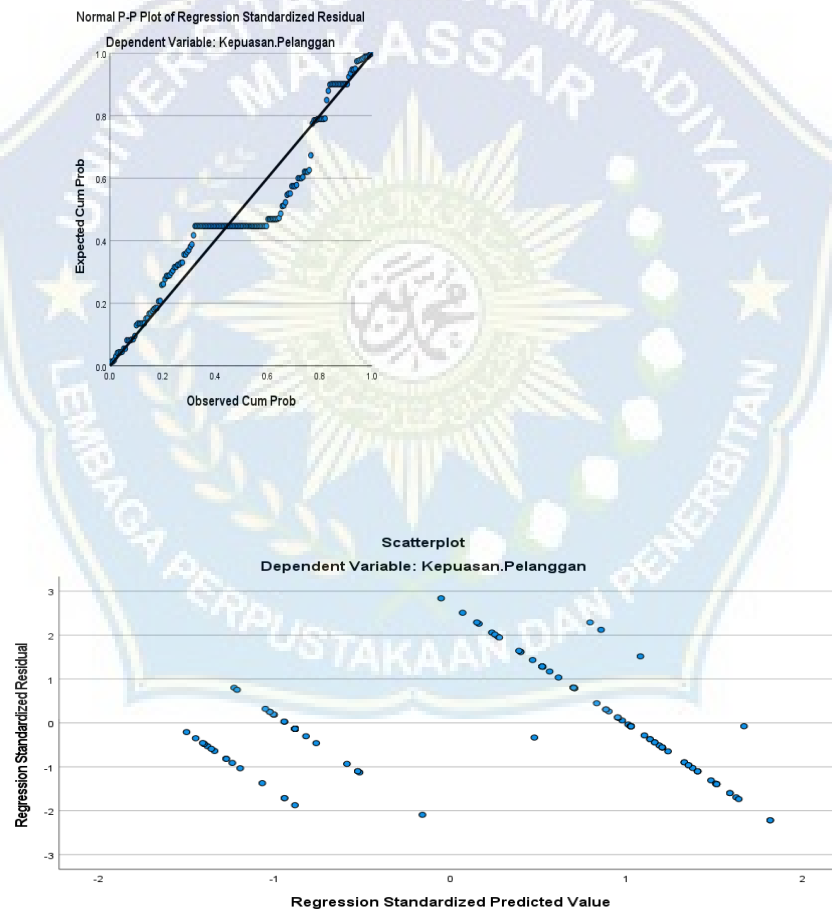
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Asumsi Klasik

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Bukti.Fisik	.510	1.961
	Kehandalan	.380	2.633
	Daya.Tanggap	.508	1.967
	Jaminan	.376	2.660
	Empati	.523	1.913

a. Dependent Variable: Kepuasan.Pelanggan



Lampiran 5


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3561/05/C.4-VIII/II/1445/2024
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

01 February 2024 M
20 Rajab 1445

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -
 Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 88/05/A.2-II/1/45/2024 tanggal 1 Januari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SYAHRUL
 No. Stambuk : 10572 1129520
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Jurusan : Manajemen
 Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MEIDA WISATA TOUR AND TRAVEL"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 7 Februari 2024 s/d 7 April 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran



Ketua LP3M,

Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd
NBM 1127761



02-24

 Dipindai dengan CamScanner



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	: 2788/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Pimpinan PT. Meida Wisata Tour And Travel
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3561/05/C.4-VIII/II/1445/2024 tanggal 01 Februari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: SYAHRUL
Nomor Pokok	: 105721129520
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara , dengan judul :

**" PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MEIDA WISATA
TOUR AND TRAVEL "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 Februari s/d 07 April 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 05 Februari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,
2. *Pertinggal.*



MEIDA WISATA

SURAT PERNYATAAN



Izin Umrah No. U 463 Tahun 2020
Izin Haji PPHK No. 145 Tahun 2021

Nomor : 002 / MW-HJ / KET / II / 2024
Perihal :

Kepada Yth.
Dekan Fakultas UNISMUH
Universitas Muhammadiyah Makassar
Di
Tempat

Dengan hormat

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 07 Februari s/d 07 April 2024 perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama SYAHRUL dengan Judul:


"PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT MEIDA WISATA TOUR AND TRAVEL"

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

- Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami
- Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik
- Waktu pengambilan data dilakukan selama 1 bulan setelah tanggal ditetapkan

Demikian surat balasan dari kami.

Makassar 16 February 2024
PT. Meida Wisata


MEIDA
Tour & Travel

Nur Aisyah Umar S.ST
Supervisor



Kantor Pusat : Jl. AP. Pettarani Ruko New Zamrud Blok E21/22
Telp. (0411) 425514 Fax. (0411) 4662879



izin Umrah Pil. U 403 Tahun 2020
izin Haji PPHK NO. 145 Tahun 2021

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **H. Abdul Samad Hamid Lc**
Jabatan : Direktur Utama

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Syahrul
NIM : 105721129520
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah selesai melakukan penelitian mengenai mekanisme pemberangkatan calon jamaah Umrah, terhitung mulai tanggal 07 Februari 2024 sampai dengan 07 April 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT MEIDA WISATA TOUR AND TRAVEL"**.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan seperlunya, terimakasih.

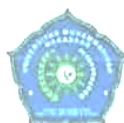
Makassar 20 Mei 2024
PT. Meida Wisata


MEIDA
Tour & Travel

H. ABDUL SAMAD HAMID Lc
Direktur Utama



Kantor Pusat : Jl. AP. Pettarani Ruko New Zamrud Blok E21/22
Telp. (0411) 425514 Fax. (0411) 4662879



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Mauludin 259 Makassar, Gedung Igra II. E-mail: pof.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA		SYAHRUL		
NIM		105721129520		
PROGRAM STUDI		MANAJEMEN		
JUDUL SKRIPSI		PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MEIDA WISATA TOUR AND TRAVEL		
NAMA PEMBIMBING 1		Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M		
NAMA PEMBIMBING 2		Syarthini Indrayani, S.E., M.SI		
NAMA VALIDATOR		Sri Andayaningsih, SE., M.M		
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	02/05/24	Lengkap	
2	Sumber data (data sekunder)	02/05/24	Lengkap	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	02/05/24	Lengkap	
4	Hasil Statistik deskriptif	02/05/24	Lengkap	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	02/05/24	Lengkap	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	02/05/24	Lengkap	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	02/05/24	Lengkap	
8	Hasil interpretasi data	02/05/24	Lengkap	
9	Dokumentasi	02/05/24	Lengkap	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
USAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Sulawesi Selatan. E-mail: post.feb@umuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK

NAMA MAHASISWA		SYAHRUL		
NIM		105721129520		
PROGRAM STUDI		Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Meida Wisata Tour And Travel.		
NAMA PEMBIMBING 1		Dr. Andi Mappatempo, SE., MM		
NAMA PEMBIMBING 2		Syarthini Indrayani, SE., M.Si		
NAMA VALIDATOR		Sherry Adella S.E., M.Mktg		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	*Paraf
1	Abstrak	13 Juni 2024	kesimpulan lebih deskriptif, hendaknya mengurangi copy paste statistik dari isi 3 kata kunci min	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

Dokumentasi Penelitian



Lampiran 6 Hasil Turniting


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**
 Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588


SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Syahrul
 Nim : 105721129320
 Program Studi : Manajemen
 Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	8 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 21 Juni 2024
Mengetahui,
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


 M. Saifullah S. Hum, M.I.P.
 NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
 Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
 Website: www.library.unismuh.ac.id
 E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

BAB I SYAHRUL 105721129520

by Tahap Tutup



Submission date: 15-Jun-2024 11:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402813030

File name: BAB_I_SYAHRUL.docx (22.84K)

Word count: 719

Character count: 4850

AB I SYAHRUL 105721129520

ORIGINALITY REPORT

10% SIMILARITY INDEX

11% INTERNET SOURCES

4% PUBLICATIONS

4% STUDENT PAPERS


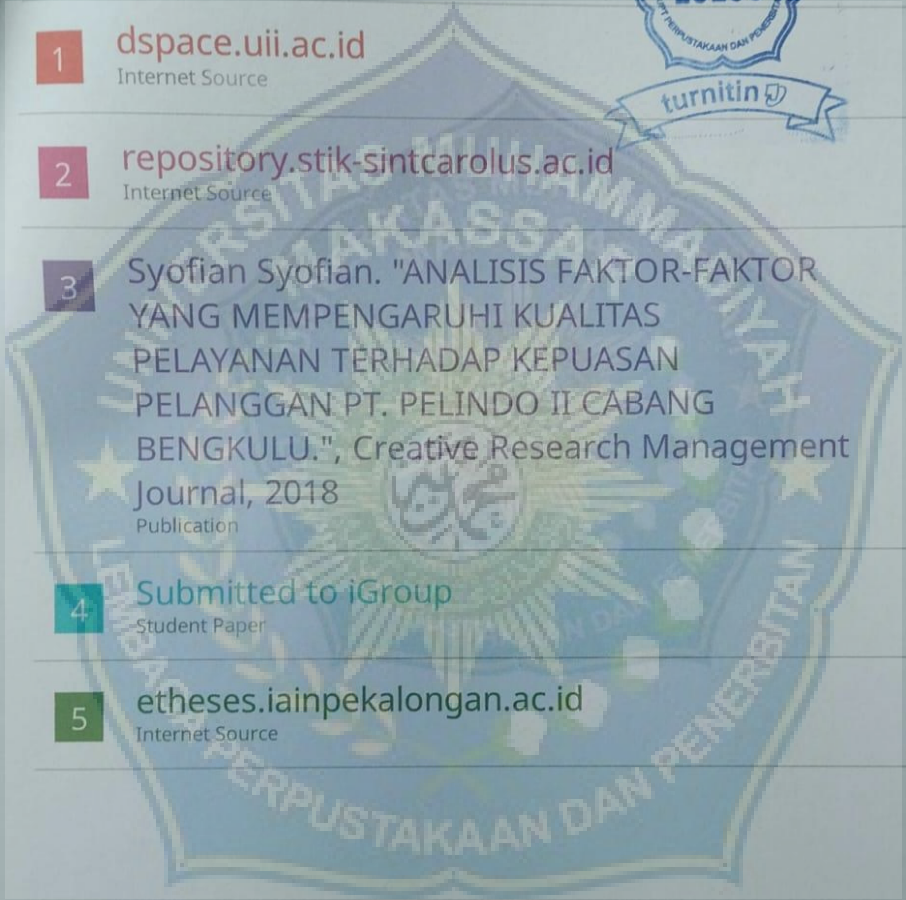
PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Category	Percentage
1	dspace.uii.ac.id	Internet Source	2%
2	repository.stik-sintcarolus.ac.id	Internet Source	2%
3	Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PELINDO II CABANG BENGKULU.", Creative Research Management Journal, 2018	Publication	2%
4	Submitted to iGroup	Student Paper	2%
5	etheses.iainpekalongan.ac.id	Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB II SYAHRUL 105721129520

by Tahap Tutup



Submission date: 15-Jun-2024 11:02AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402813956

File name: BAB_II_SYAHRUL.docx (59.76K)

Word count: 4511

Character count: 30552

BAB II SYAHRUL 105721129520

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unisbablitar.ac.id Internet Source	4%
2	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	3%
3	eprints.ubhara.ac.id Internet Source	3%
4	fem.uniba-bpn.ac.id Internet Source	3%
5	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	3%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3%
7	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	2%
8	repository.stei.ac.id Internet Source	2%
9	academic-accelerator.com Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BAB III SYAHRUL 105721129520

by Tahap Tutup



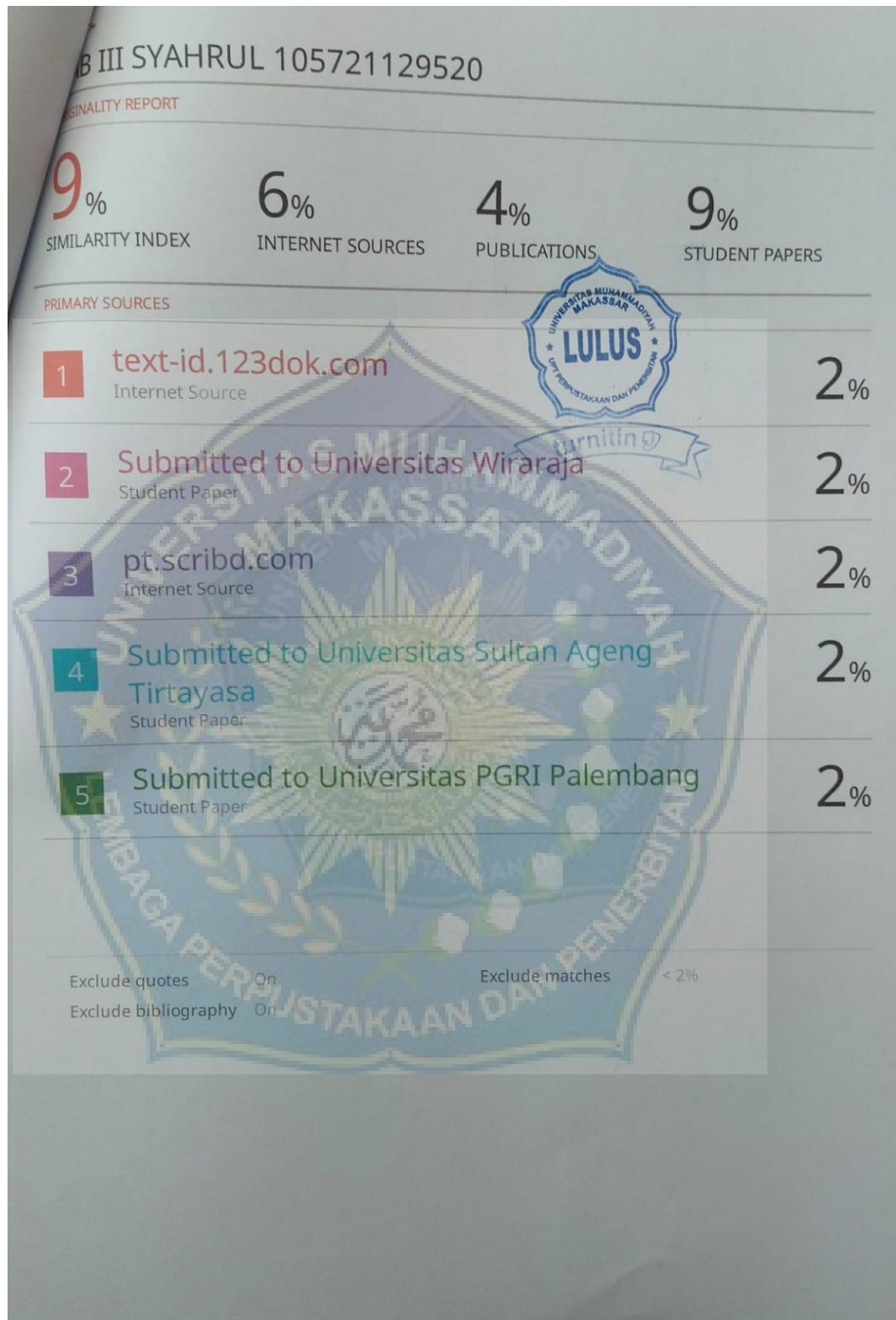
Submission date: 15-Jun-2024 11:03AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402814164

File name: BAB_III_SYAHRUL.docx (32.34K)

Word count: 1571

Character count: 10113



BAB IV SYAHRUL 105721129520

by Tahap Tutup



Submission date: 15-Jun-2024 11:03AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402814415

File name: BAB_IV_SYAHRUL.docx (175.6K)

Word count: 5729

Character count: 32936

AB IV SYAHRUL 105721129520

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

4%

2

Submitted to State Islamic University of
Alauddin Makassar

Student Paper

3%

3

Submitted to Universitas Musamus Merauke

Student Paper

2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography on

Exclude matches < 2%



BAB V SYAHRUL 105721129520

by Tahap Tutup



Submission date: 15-Jun-2024 11:04AM (UTC+0700)

Submission ID: 2402814698

File name: BAB_V_SYAHRUL.docx (26.75K)

Word count: 206

Character count: 1315

BAB V SYAHRUL 105721129520

ORIGINALITY REPORT

5%	5%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsu.ac.id	5%
	Internet Source	



Exclude quotes On Exclude matches 2%

Exclude bibliography On



RIWAYAT HIDUP



Syahrul panggilan Lulu' lahir di Makassar pada tanggal 14 April 2002 dari pasangan suami istri Bapak Muliadi dan Ibu Sahriati. Peneliti adalah anak pertama dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jalan Tamangapa Raya 3 Kecamatan manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Bangkala 3 lulus tahun 2014, SMP Negeri 19 Makassar lulus tahun 2017, SMA Negeri 13 Makassar lulus tahun 2020, dan memulai mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

