

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM PENANGANAN DOKUMEN PERJALANAN WISATA UMROH DI
TARA TOUR SELAMA PERIODE LIBURAN HARI RAYA IDUL FITRI 2018**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUTOMER SATISFACTION
IN HANDLING UMROH TRAVEL DOCUMENTS ON TARA TOUR DURING
THE EID 2018 HOLIDAY PERIOD**

Harry Yulianda, Pepy Afrilian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar
Jl. Jend. Sudirman, Lima Kaum, Batusangkar – Kab. Tanah Datar
harryyulianda@iainbatusangkar.ac.id , pepyafrilian@iainbatusangkar.ac.id

Satrio Adhitomo

Keimyung University, South Korea
1035 Dalgubeol-daero, Sindang-dong, Dalseo-gu, Daegu, Korea
1004284@stu.kmu.ac.kr

Naskah diterima 22 Februari 2021, di-review 24 Mei 2021, disetujui 30 Juni 2021

Abstract: *This study aims to find out how the effect of quality of service on customer satisfaction in handling travel documents in Tara tour during the holiday period of Eid Al-Fitr 2018. This study uses descriptive methods with qualitative approach, namely transforming raw data into a form of data that is easy to understand and interpret, as well as composing, manipulating and presenting in order to become information. The results of this study show that there are several aspects that affect the quality of service, namely the aspects of physical evidence, aspects of reliability, aspects of responsiveness, aspects of assurance and aspects of empathy. From the results of this study, the findings that customer satisfaction in handling documents from the aspect of physical evidence (tangible) by 69%, customer satisfaction in handling documents from the aspect of reliability (reliability) of 73%, customer satisfaction in handling documents from the aspect of responsiveness (responsiveness) of 72%, customer satisfaction in handling documents from the aspect of assurance (assurance) of 84% and customer satisfaction in handling documents from the aspect of empathy (empathy) of 84%.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction, Halal Tourism, Religious Tourism, Umrah Tourism.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen perjalanan di tara tour selama periode liburan Hari Raya Idul Fitri 2018. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu mentransformasikan data mentah kedalam bentuk data yang mudah dimengerti dan ditafsirkan, serta menyusun, memanipulasi dan menyajikan supaya menjadi suatu informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni aspek bukti fisik, aspek kehandalan, aspek daya tanggap, aspek jaminan dan aspek empati. Dari hasil penelitian ini didapat temuan bahwa kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen dari aspek bukti fisik (tangible) sebesar 69%, kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen dari aspek kehandalan (reliability) sebesar 73%, kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen dari aspek daya tanggap (responsiveness) sebesar 72%, kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen dari aspek jaminan (assurance) sebesar 84% dan kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen dari aspek empati (emphaty) sebesar 84%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Wisata Halal, Wisata Religi, Wisata Umroh.

PENDAHULUAN

Saat ini pariwisata di beberapa negara bertumbuh dengan pesatnya. Beberapa negara mulai menyadari pentingnya sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang dapat menyumbang devisa bagi negara tersebut. Hal ini tentu saja dapat meningkatkan kemampuan ekonomi warga negara tersebut. Kondisi demikian juga terjadi di Indonesia.

Salah satu jenis usaha yang dapat mendorong terjadinya aktifitas kepariwisataan adalah Biro Perjalanan Wisata. Saat ini jenis usaha tersebut sangat menjamur di Indonesia. Salah satu kota di Indonesia, dimana kita dapat dengan mudah menemukan jenis usaha ini adalah di Jakarta. Cukup banyak Biro Perjalanan Wisata yang ada di kota Jakarta. Banyaknya biro Perjalanan Wisata tersebut tentu saja akan menimbulkan persaingan yang ketat diantara usaha sejenis.

Untuk dapat bertahan diantara persaingan tersebut dan agar dapat mengembangkan usahanya, sebuah Biro Perjalanan Wisata harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini tentu saja bermanfaat bagi sebuah Biro Perjalanan Wisata dalam mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan yang ada. Karena tanpa pelanggan, Biro Perjalanan Wisata tidak akan dapat mengembangkan usahanya, bahkan kemungkinan besar tidak dapat menjalankan usahanya.

Oleh karena itu, kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan secara serius, karena bila pelanggan merasa tidak

puas atau kecewa dengan pelayanan yang anda berikan, akan membuka kemungkinan pelanggan tersebut akan pindah ke Biro Perjalanan Wisata yang lain. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Karena dengan memberikan pelayanan yang terbaik, pelanggan diharapkan akan merasa puas.

Divisi dokumen ini mempunyai peranan terhadap usaha Tara Tour dalam memberi kepuasan kepada pelanggan dalam usaha mempertahankan eksistensinya. Tidak semua pelanggan memperoleh kepuasan setelah menggunakan jasa divisi dokumen Tara Tour. Walaupun karyawan perusahaan telah berusaha sebaik mungkin untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang diberikan, tetap saja ada pelanggan yang merasa tidak puas dan melayangkan keluhan-keluhan baik mengenai ketidaktepatan penyelesaian dokumen, ataupun pelayan karyawan yang tidak memuaskan. Atas dasar itu, disini penulis ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh pelayanan yang diberikan oleh karyawan divisi dokumen Tara Tour terhadap kepuasan pelanggan, sehingga penulis mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penanganan Dokumen Perjalanan Di Tara Tour Selama Periode Liburan Hari Raya Idul Fitri 2018"

KERANGKA KONSEPTUAL

Pengertian Pariwisata

Kata "Pariwisata" ditinjau secara etimologis yang berasal dari bahasa sansekerta, kata ini

adalah sinonim dari kata *'tour'*. Pendapat ini adalah berdasarkan pemikiran "pariwisata" terdiri dari 2 suku kata, yaitu :

1. Pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar dan lengkap.
2. Wisata yang berarti perjalanan, berpergian yang dalam hali ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris.

Atas dasar itu, maka kata "pariwisata" dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, dari suatu tempat ke tempat lainnya. (Yoeti 1996:112)

Pendit (2003:14) menyebutkan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek-objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.

Menurut Marpaung (2002, hal.13) pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya.

Biro Perjalanan Wisata

Menurut Yoeti (2006 : 58), biro perjalanan wisata adalah suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa-jasa pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.

Dalam pengertian ini dapat pula diistilahkan sebagai *Travel Biro, Tour Operator, Tourist Agency*, dan Biro Pariwisata. Damardjati (2001:132)

Dokumen

Drs. Oka A. Yoeti didalam bukunya yang berjudul "*Tour and Travel Management (2000)*" menyatakan

yang dimaksud dengan Dokumen Perjalanan ialah surat keterangan yang dipergunakan selama dalam perjalanan yang menerangkan orang yang namanya tercantum pada surat keterangan tersebut baik kebangsaannya, identitas keterangan khusus sehubungan dengan perjalanan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang berwenang untuk masing-masing dokumen tersebut.

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler 1997: 49). Defenisi kualitas jasa merupakan kualitas yang berpusat pada pelanggan. Semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, dan semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Wykock dalam Tjiptono (2000:59) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pasuraman dalam Lupiyoadi (2001: 148) menyatakan kualitas pelayanan dapat didefenisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2004: 136) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang

dipersepsikan dengan harapannya. Buttler (2007) menyebutkan kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau layanan.

METODE PENELITIAN

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu mentransformasikan data mentah kedalam bentuk data yang mudah dimengerti dan ditafsirkan, serta menyusun dan menyajikan supaya menjadi suatu informasi

Kemudian data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder akan dikumpulkan menjadi satu kemudian data-data tersebut dikelompokkan menjadi data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak bernilai numeric / nilainya bukan angka, sedangkan data kuantitatif adalah data yang nilainya berbentuk angka/ numeric.

Data yang sudah ada akan diolah menggunakan table frekuensi. Table frekuensi merupakan pemaparan dan ringkasan data kedalam bentuk baris dan kolom. Kolom pertama merupakan kategori untuk satu variabel dan kolom kedua merupakan skor atau nilai variabel dari hasil pengamatan (Kusmayadi, 2000:180). Table frekuensi ini digunakan untuk melakukan perhitungan rata-rata (mean) dari data yang di peroleh, dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{N}$$

Keterangan :

x = mean

x₁,x₂,x₃,...x_n = nilai variabel / skor responden

n = jumlah responden

1. Sejarah Singkat Tara Tour

PT. Taruma Dirgantara Tourindo atau yang lebih dikenal dengan nama PT. Tara Tour & Travel didirikan pada 14 September 1987 oleh Bapak Paulus Sofyan Gazali. Saat ini kantor pusat PT. Tara Tour & Travel terletak di jalan Suryopranoto 1 – 9 (Harmoni). Delta Building, Blok B. No. 3. Perkembangan yang terjadi di Tara tour cukup pesat, saat ini Tara tour merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang cukup besar di Jakarta. Perusahaan ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yaitu travel service. Tara tour dalam menjalankan usahanya selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah hal utama yang dijaga oleh semua karyawan Tara tour.

Kantor Tara tour saat ini memiliki 5 lantai dengan 5 divisi.

- a. Lantai 1: Divisi Ticketing
- b. Lantai 2: Divisi Tour dan Divisi Hotel
- c. Lantai 3: Divisi Incentive, Divisi Airlines , dan Divisi Keuangan
- d. Lantai 4: Divisi Dokumen
- e. Lantai 5: Gudang.

Tara tour juga merupakan anggota dari organisasi internasional seperti :

- a. IATA (International Air Transport Association).
- b. PATA (Pacific Asia Travel Association).
- c. ASITA (Association of Indonesia Tours & Travel Agencies)
- d. ASTINDO (Association of Indonesia Airlines Ticketing Agencies).

2. Struktur Organisasi Tara Tour

Tara tour mempunyai 4 departement yaitu Tikecting departement, Tour departement, Hotel department, dan Accounting and Finance department.

a. Ticketing Department

Di departement ini terdapat beberapa karyawan yaitu, 1 orang Manager, 1 orang Supervisor, 2 orang Ticketing, 8 orang Reservasi, 6 orang Messenger, 1 orang Operator telepon, 1 orang Office Boy.

b. Tour Department

Tour Departement mempunyai karyawan terbanyak yang terdiri dari, 1 orang Manager, 4 orang Sales Counter, 2 orang Tour Operation, 2 orang Incentive Sales, 2 orang Group Reservasi, 3 orang Document.

c. Hotel Department

Hotel department mempunyai hanya 2 orang karyawan yaitu, 1 Manager dan 1 staff.

d. Accounting and Finance Department

Departement ini di pimpin oleh 1 orang Manager, dan mempunyai karyawan , 2 orang Akuntan, 4 orang Administrator, 1 orang Auditor.

1. Managing Director

- a. Sebagai owner dari PT. Taruma Dirgantara Tourindo
- b. Bertanggung jawab atas semua pekerjaan atau aktivitas yang dilakukan oleh semua staff Tara Tour yang bisa membuat keuntungan ataupun kerugian terhadap perusahaan

- c. Menerima karyawan baru atau mengeluarkan karyawan dari perusahaan
- d. Menerima semua laporan dari masing – masing departement yang di berikan oleh masing – masing managernya.
- e. Bertanggung jawab atas semua hal hal umum seperti kondisi gedung, peralatan kantor, inventaris perusahaan, fasilitas perusahaan dan lain – lain yang berhubungan dengan perusahaan

2. Ticketing Supervisor

- a. Membuat reservasi / bookingan tiket
- b. Mengisued ticket
- c. Mengatur, mengawasi, serta mengkoordinator semua ticketing staff dan reservasi staff.
- d. Bertanggung jawab atas semua reservasi dan pengisuedtan ticket yang dilakukan oleh para staffnya kepada Ticketing manager.
- e. Menyelesaikan seluruh masalah complain yang masuk.

3. Ticketing staff

- a. Membuat reservasi ticket
- b. Mengisued ticket
- c. Bertanggung jawab terhadap Ticketing Supervisor atas semua pengisuedtan ticket yang telah dibuat.
- d. Mengangkat telpon dari tamu yang ingin memesan tiket.

4. Reservasi staff

- a. Membuat reservasi ticket
- b. Bertanggung jawab terhadap Ticketing staff atas reservasi yang telah dibuat.

- c. Mengangkat telpon dari tamu yang ingin memesan tiket.

5. Tour Manager

- a. Bertanggung jawab atas laporan jumlah group tour dan produk tour – tour lainnya per bulan yang telah dilakukan oleh para staffnya.
- b. Melakukan dan menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan travel agent dan wholesaler lainnya di Indonesia maupun di dunia.
- c. Memberitahukan dan meng – update tentang peraturan – peraturan yang ada di dunia pariwisata kepada seluruh staffnya.
- d. Memberikan laporan penjualan tour beserta produk lainnya per bulan terhadap Managing Director
- e. Memeriksa lalu meluncurkan produk tour yang telah di buat oleh Land Operation.

6. Tour Operation

- a. Memesan land tour kepada tour operator atau wholesaler untuk membuat paket tour
- b. Membuat paket tour setelah mendapatkan land tour dan komponen tour lainnya.
- c. Memberikan produk tour yang telah selesai kepada Tour Manager

7. Sales Counter

- a. Menjual semua produk tour yang telah di luncurkan Tour Manager.
- b. Menjual produk cruise yang telah berkerja sama dengan perusahaan.

8. Group Reservasi

- a. Membooking group ticket ke airlines
- b. Mengumpulkan group ticket yang sudah di dapatkan lalu diberikan kepada Land

Operation untuk membuat paket tour.

9. Incentive Sales

- a. Menjaga hubungan dengan customer lama dan mencari customer baru dalam rangka membuat paket tour Khusus sesuai dengan permintaan dari customer.
- b. Membuat paket tour untuk program Incentive tour
- c. Mengikuti tender dalam program incentive tour yang diadakan suatu perusahaan luar

1. Tiket pesawat domestik dan internasional

Tara tour menyediakan tiket domestik untuk penerbangan ke seluruh wilayah Indonesia dan bekerja sama dengan perusahaan penerbangan domestic seperti: Garuda Indonesia, Lion Air, Mandala Airlines, Sriwijaya Air, Batavia Air dan Merpati.

Selain itu Tara tour juga menyediakan tiket penerbangan internasional dengan berbagai rute tujuan dan bekerja sama juga dengan beberapa perusahaan penerbangan internasional seperti Garuda Indonesia, Singapore Airlines, Cathay Pacific, Thai Airways, Japan Airlines, Qantas, Lufhtansa, KLM dan lain – lain dengan menggunakan system booking Galileo

2. Hotel domestik dan internasional

Tara tour memiliki banyak kerja sama dengan hotel baik domestic maupun internasional. Pelanggan dapat melakukan reservasi hotel baik dalam maupun luar negeri dengan menggunakan jasa Tara tour.

3. Outbound tour

Tara tour menyediakan berbagai paket perjalanan wisata meliputi seluruh benua yang ada, yaitu Asia, Amerika, Australia, Afrika dan Eropa.

4. Dokumen perjalanan

Tara tour juga membantu pelanggan dalam hal pengurusan dokumen perjalanan seperti paspor dan visa ke berbagai negara tujuan.

5. Asuransi perjalanan

Untuk beberapa negara tertentu asuransi perjalanan merupakan syarat yang wajib dipenuhi untuk dapat memperoleh visa negara tujuan kunjungan. Tara tour dapat membantu pelanggan dalam proses pembuatan asuransi.

Beberapa asuransi perjalanan yang dijual Tara tour antara lain Zurich dan Chartis.

Fasilitas yang tersedia :

- a. Sarana komunikasi seperti 30 buah pesawat telepon, 3 buah mesin faksimili dan jaringan internet
- b. 2 buah mesin fotokopi
- c. System reservasi computer (CRS) seperti Galileo, Amadeus, dan Abacus di bagian ticketing
- d. AC / penyejuk ruangan
- e. Mobil kantor sebanyak 3 buah.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Hasil Analisa Data

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengurus dokumen perjalanan di PT. Tara Tour. Sampel diambil sejumlah 72 Orang untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan oleh penulis. Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan

Tabel 1
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	46	63.9	63.9	63.9
	perempuan	26	36.1	36.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Dari table frekuensi diatas ditemukan bahwa koresponden berjenis kelamin laki – laki lebih banyak menggunakan jasa bagian dokumen Tara Tour dalam pembuatan dokumen. Sebanyak 63,9 % koresponden berjenis kelamin laki – laki yang menggunakan jasa bagian dokumen Tara Tour, sedangkan koresponden perempuan

yang menggunakan jasa bagian dokumen Tara Tour sebanyak 36, 1 %. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa koresponden berjenis kelamin laki – laki lebih banyak melakukan perjalanan keluar negeri dibanding koresponden perempuan.

Table 2
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 tahun	10	13.9	13.9	13.9
	26 - 35 tahun	16	22.2	22.2	36.1
	36 - 45 tahun	33	45.8	45.8	81.9
	46 - 55 tahun	8	11.1	11.1	93.1
	> 55 tahun	5	6.9	6.9	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Tabel frekuensi usia diatas menunjukkan responden yang berusia 36 – 45 tahun lebih banyak menggunakan jasa bagian dokumen Tara Tour, yakni sebanyak 33 responden (45,8 %). Responden yang berusia 26 – 35 tahun sebanyak 16 responden (22.2 %). 10 responden berusia dibawah 25 tahun (13,9 %) menggunakan jasa bagian dokumen Tara Tour. Lalu responden berusia 45 – 55 tahun yaitu sebanyak 5 responden (6.9 %).

1. Kualitas Pelayanan di Tara Tour

a. Bukti Fisik (*tangible*)

Table 3
Staf Dokumen Berpenampilan Rapi Dan Menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	4.2	4.2	4.2
	tidak setuju	7	9.7	9.7	13.9
	tidak tahu	26	36.1	36.1	50.0
	Setuju	36	50.0	50.0	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Table diatas menunjukkan sebanyak 36 responden (50 %) setuju dengan pernyataan bahwa karyawan bagian dokumen Tara Tour berpenampilan menarik, dan sebanyak 26 responden (36,1 %) menjawab tidak tahu. Responden yang tidak setuju sebanyak 7 responden (9,7 %) dan yang memilih jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (4,2 %).

Table 4
Karyawan Memberikan Pelayanan Yang Baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	4.2	4.2	4.2
	tidak setuju	9	12.5	12.5	16.7
	tidak tahu	27	37.5	37.5	54.2
	Setuju	33	45.8	45.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Table frekuensi diatas menunjukkan sebanyak 33 responden (45,8 %) menjawab dengan pertanyaan apakah karyawan bagian dokumen Tara Tour memberikan pelayanan yang baik.

Sebanyak 27 responden (37,5 %) menjawab tidak tahu. 9 responden (12,5 %) menjawab tidak setuju dan sebanyak 3 responden (4,2 %)

responden menjawab sangat tidak setuju dengan pertanyaan tersebut.

Daya Tanggap (Responsiveness)

Table 5
Karyawan Memberikan Solusi Yang Terbaik Untuk Setiap Permasalahan Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	sangat tidak setuju	3	4.2	4.2	4.2
	tidak setuju	10	13.9	13.9	18.1
	tidak tahu	26	36.1	36.1	54.2
	Setuju	33	45.8	45.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Table frekuensi menunjukkan bahwa sebanyak 33 responden (45,8 %) menjawab setuju dengan pertanyaan apakah karyawan memberikan solusi yang terbaik bagi setiap permasalahan yang dihadapi pelanggan. Sebanyak 26 responden (

36,1 %) menjawab tidak tahu dengan pertanyaan tersebut. 10 responden (13,9 %) menjawab tidak setuju dan sebanyak 3 responden (4,2 %) menjawab sangat tidak setuju.

b. Jaminan (Assurance)

Table 6
Karyawan Memiliki Pengetahuan Yang Luas Dalam Menjawab Pertanyaan Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	4.2	4.2	4.2
	tidak setuju	10	13.9	13.9	18.1
	tidak tahu	27	37.5	37.5	55.6
	Setuju	32	44.4	44.4	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Karyawan bagian dokumen Tara Tour memiliki pengetahuan yang luas dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pelanggan. Table frekuensi menunjukkan sebanyak 32 responden (44,4 %) setuju dengan pernyataan tersebut. Sebanyak 27 responden (37,5 %) menjawab tidak tahu. Sebanyak 10 responden (13,9 %) menjawab tidak setuju dan sebanyak 3 responden (4,2 %) menjawab sangat tidak setuju.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang diperoleh di bab sebelumnya, didapati kesimpulan sebagai berikut

1. Pengaruh kualitas pelayanan dari aspek bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen di PT. Tara Tour adalah sebesar 69 %.

2. Pengaruh kualitas pelayanan dari aspek kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen di PT. Tara Tour adalah sebesar 73 %.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dari aspek daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen di PT. Tara Tour adalah sebesar 72 %
4. Pengaruh kualitas pelayanan dari aspek jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen di PT. Tara Tour adalah sebesar 84 %
5. Pengaruh kualitas pelayanan dari aspek empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen di PT. Tara Tour adalah sebesar 84 %.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Subkhani, Kusuma Dewi. Trend Wisata Umroh: Antara Meneladani Sunnah Dan Turisme Spiritual
Empirisma, Vol 26 Juli 2017
- Al-Hushari, Syaikh Ahmad Muhammad. 2014.
- Darmadjati, R.S. *Istilah – Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita, 2001
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta : PT. Prehailindo, 1997
- Kusmayadi, Ir. & Ir. Endar Sugiarto. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta ; Salemba Empat, 2008.
- Marpaung, Happy. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung ; Alfabeta, 2002.
- Soekadijo, R.G. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai “ Systemic Linkage “)*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2000
- Wulansari, Eka. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum*. Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2007.
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1996.
- , *Tour & Travel Management*. Jakarta: Balai Pustaka, 2000.
- . *Tour & Travel Marketing*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2002.