



**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RAJA *TOUR AND TRAVEL*
JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Yunita Sari

NIM. 130210301025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2017



**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RAJA *TOUR AND TRAVEL*
JEMBER**

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (S1)
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Yunita Sari

NIM. 130210301025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2017

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puja dan puji syukur Keridhoan Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati serta sebagai ucapan rasa terimakasih saya maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Purwadi dan Ibunda Tuinem Dwi Wahyuni atas segala ketulusan cinta, kasih sayang dan perhatian yang diberikan kepada saya, kerja keras serta pengorbanan yang begitu besar, dukungan, arahan dan do'a yang tiada henti demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
2. Keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat, dorongan dan do'a yang diberikan demi keberhasilan dan kesuksesan saya,
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.
4. Bapak/Ibu Guruku mulai dari TK, SD, SMP, dan SMA, Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan.

MOTTO

“Kesalahan terbesar adalah putus asa, keberanian terbesar adalah sabar, guru terbaik adalah pengalaman, kebanggaan terbesar adalah kepercayaan dan modal terbesar adalah percaya diri”

(Sayyidina Ali)

“Tujuan perusahaan tidak hanya memiliki pelayanan pelanggan yang terbaik, tapi legendaris”

(Sam Walton)

“karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Inssyirah : 5)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yunita Sari

NIM : 130210301025

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour And Travel Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 September 2017

Yang menyatakan,

Yunita Sari

NIM. 130210301025

PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RAJA *TOUR AND TRAVEL*
JEMBER**

**diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan**

SKRIPSI

Oleh

Nama : Yunita Sari
Nomor Induk Mahasiswa : 130210301025
Tahun Angkatan : 2013
Jurusan/Program Studi : P. IPS/P. Ekonomi
Tempat/Tanggal Lahir : Jember/ 27 Juni 1995

Disetujui,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Drs. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja *Tour And Travel* Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 Oktober 2017
Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Drs. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Anggota I

Anggota II

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M. Sc, Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour And Travel Jember, Yunita Sari, 130210301025, 2017: 138 halaman, Progam Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Pada dasarnya banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya yaitu kualitas pelayanan yang disediakan oleh suatu badan usaha. Adanya kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang baik dapat membuat konsumen merasa puas akan jasa yang ditawarkan pengelola. Kualitas pelayanan menjadi masalah yang harus diperhatikan oleh unit jasa biro perjalanan wisata, melihat banyaknya persaingan yang pada dasarnya setiap perusahaan menawarkan pelayanan yang sama, sehingga pihak perusahaan harus mengutamakan kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang dinilai sangat penting bagi setiap perusahaan jasa tersebut. Kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan juga dirasakan oleh Raja Tour And Travel Jember. Adanya kualitas pelayanan pada travel tersebut, maka konsumen akan mempertimbangkan segala pelayanan yang ada, dimana pada travel tersebut lebih mengutamakan kualitas pelayanan guna memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen.

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah pengaruh signifikan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Raja Tour And Travel Jember, maka hipotesis dari penelitian yaitu diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen Konsumen Raja Tour And Travel Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional, penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, sedangkan untuk menentukan responden penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* (penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu) sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode : angket, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial (yang terdiri dari analisis garis regresi sederhana, analisis varian regresi, uji F, efektifitas garis regresi, dan *standart of estimate* regresi linier sederhana) dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Raja *Tour And Travel* Jember dengan nilai $F_{hitung} = 222,495 > F_{tabel} = 3,938$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Sedangkan proporsi pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Raja *Tour And Travel* Jember yaitu sebesar 69,4%. sedangkan sisanya yaitu 30,6% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini meliputi harga, potongan harga, lokasi, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Raja *Tour And Travel* Jember, dimana jika pelayanan yang diberikan lebih dari yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Adapun saran bagi peneliti lain, diharapkan dapat mengembangkan penelitian sejenis dengan mengambil variabel lain yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini, supaya dapat menciptakan penelitian yang lebih baik lagi dan nantinya sebagai tambahan referensi penelitian yang sejenis.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja *Tour And Travel* Jember”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Prof. Drs. Dafik, M.Sc.,Ph.D. yang telah meerbicka surat permohonan izin penelitian.
2. Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Dr. Sukidin, M.Pd yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
3. Ketua Progam Studi Pendidikan Ekonomi Dra. Sri Wahyuni, M.Si. yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
4. Dr. Sri Kantun, M.Ed., selaku Dosen Pembimbing I. Drs. Pujdo Suharso, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Penguji I dan Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
6. Semua dosen- dosen FKIP Progam Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Seluruh pihak Raja *Tour And Travel* Jember yang turut membantu dalam memberikan informasi dan pengumpulan data skripsi ini.

8. Kakak saya tercinta Dewi Eka Purwanti yang telah memberikan banyak motivasi dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabat tersayangku (Retno, Suci, Citra, Linda, Evi, Rita W, Fatma, dan Ria) yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan bantuan selama di bangku kuliah hingga selesai.
10. Calon imamku Juni Kurniawan yang selalu memberikan banyak motivasi dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Keluarga keduaku dijember kos Rengganis (Miladia dan Nila) yang selalu membantu dalam suka maupun duka.
12. Semua Teman- teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2013 yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan semangat.

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 24 Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ii |
| HALAMAN MOTTO | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN | v |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | vi |
| RINGKASAN | vii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB 1.PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2. LANDASAN TEORI | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Landasan Teori Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan..... | 8 |
| 2.3 Landasan Teori Kualitas Pelayanan | 10 |
| 2.3.1. Keandalan (<i>reliability</i>) | 11 |
| 2.3.2. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)..... | 13 |
| 2.3.3. Jaminan (<i>assurance</i>)..... | 15 |
| 2.3.4. Empati (<i>empathy</i>) | 17 |
| 2.3.1. Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 18 |
| 2.4 Landasan Teori Kepuasan Konsumen | 19 |
| 2.4.1. Pemakaian Ulang..... | 22 |
| 2.4.2. Rekomendasi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) | 23 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4 Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap | |
| Kepuasan Konsumen | 24 |
| 2.5 Kerangka Berpikir | 25 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian | 26 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 27 |
| 3.2 Devinisi Operasional Variabel | 27 |
| 3.2.1 Kualitas Pelayanan | 27 |
| 3.2.1.1 Keandalan (<i>reliability</i>)..... | 28 |
| 3.2.1.2 Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | 28 |
| 3.2.1.3 Jaminan (<i>assurance</i>)..... | 28 |
| 3.2.1.4 Empati (<i>empathy</i>) | 28 |
| 3.2.1.5 Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 28 |
| 3.2.2 Kepuasan Konsumen..... | 29 |
| 3.3 Metode Penentuan Lokasi Penelitian | 29 |
| 3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel | 29 |
| 3.2.1. Penentuan Populasi | 29 |
| 3.2.2. Penentuan Sampel | 30 |
| 3.5 Jenis Data dan Sumber Data..... | 31 |
| 3.5.1 Jenis Data | 31 |
| 3.5.2 Sumber Data..... | 31 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.6.1. Metode Wawancara..... | 32 |
| 3.6.2. Metode Angket..... | 32 |
| 3.6.3. Metode Dokumen..... | 32 |
| 3.7 Metode Pengolahan Data..... | 33 |
| 3.7.1 Editing | 33 |
| 3.7.2 Skoring | 33 |
| 3.7.3 Tabulasi | 34 |
| 3.8 Uji Instrumen Penelitian | 34 |
| 3.8.1 Uji Validitas | 34 |

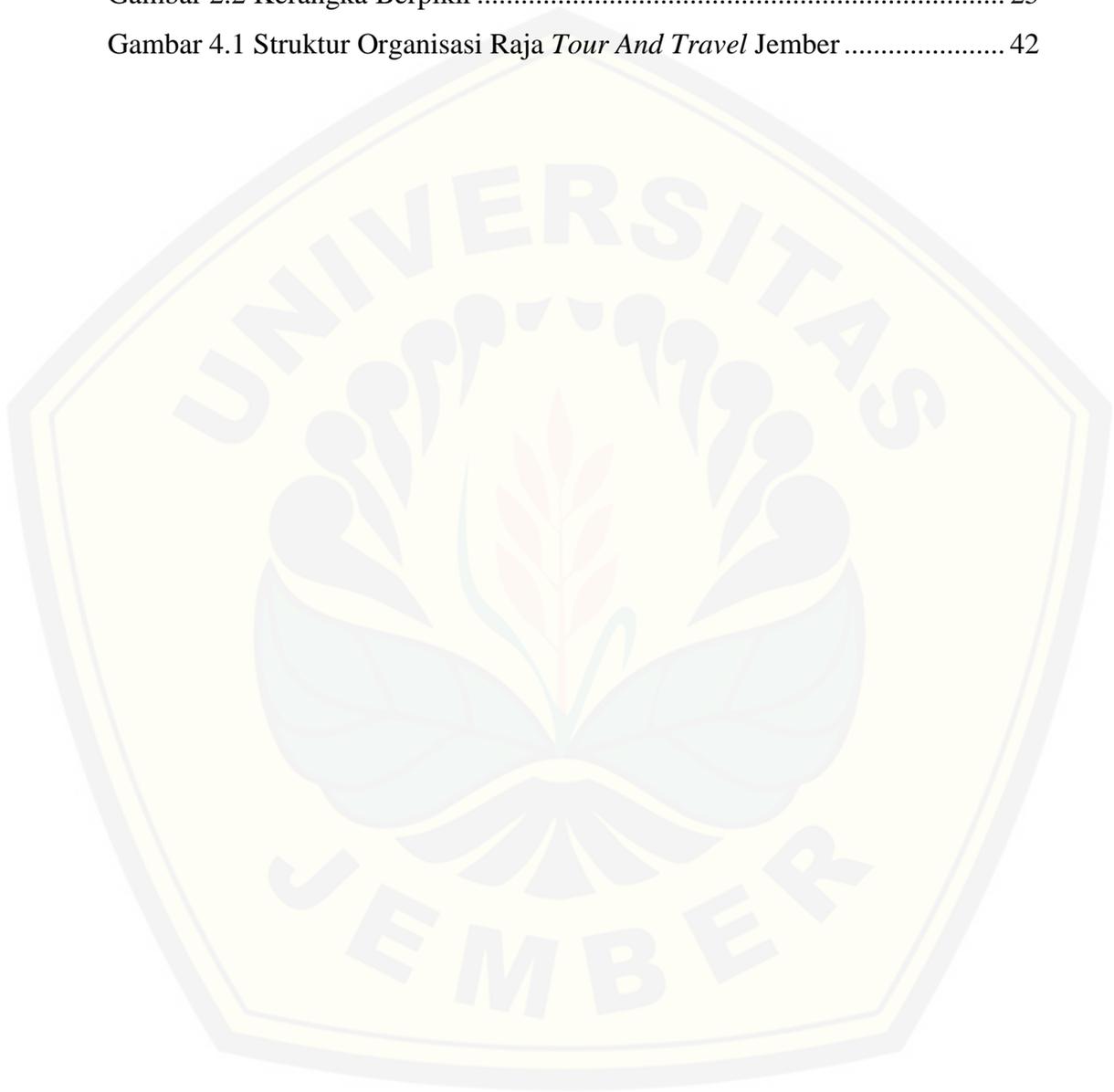
| | |
|---|-----------|
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 35 |
| 3.9 Metode Analisis Data | 36 |
| 3.9.1 Analisis Inferensial..... | 36 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 Data Pendukung..... | 41 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 41 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi..... | 42 |
| 4.2 Data Utama..... | 43 |
| 4.2.1 Gambaran Umum Responden | 43 |
| 4.3 Pengujian Instrumen | 45 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 45 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 47 |
| 4.4 Analisis Data | 48 |
| 4.4.1 Analisis Inferensial..... | 48 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 49 |
| BAB V. PENUTUP..... | 60 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 60 |
| 5.2 Saran | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN..... | 64 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Raja <i>Tour And Travel</i> Jember Tahun 2009/2017..... | 29 |
| Tabel 3.1 Jumlah Pengguna Jasa Raja <i>Tour And Travel</i> Jember..... | 30 |
| Tabel 3.2 Kriteria r (hitung), r (alpha)..... | 36 |
| Tabel 3.3 Pedoman untuk mengetahui Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi..... | 38 |
| Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia..... | 43 |
| Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 44 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan | 45 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas | 48 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Sederhana | 49 |
| Tabel 4.7 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi | 50 |
| Tabel 4.8 Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Raja <i>Tour And Travel</i> Jember..... | 51 |
| Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil SPSS Untuk Uji F..... | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan | 21 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 25 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Raja <i>Tour And Travel</i> Jember | 42 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran A. Matrik Penelitian | 64 |
| Lampiran B. Tuntunan Penelitian | 66 |
| Lampiran C. Angket Penelitian..... | 66 |
| Lampiran D. Pedoman Wawancara..... | 78 |
| Lampiran E. Data Responden | 79 |
| Lampiran F. Hasil Rekapitulasi angket..... | 83 |
| Lampiran G. Hasil Tabulasi Data..... | 90 |
| Lampiran H. Hasil Analisi Data..... | 93 |
| Lampiran I. Transkrip Wawancara Dengan Pengelola Dan Responden | 105 |
| Lampiran J. Tabel Kritis Koefisien r..... | 108 |
| Lampiran K. Tabel Kritis Koefisien F | 110 |
| Lampiran L. Foto Penelitian | 114 |
| Lampiran M. Surat Izin Penelitian | 118 |
| Lampiran N. Surat Izin Telah Melaksanakan Penelitian | 119 |
| Lampiran O. Biodata..... | 120 |

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jasa biro perjalanan wisata atau *travel* yang semakin pesat dilingkungan masyarakat, mengakibatkan banyaknya persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan jasa biro perjalanan wisata yang ada di Jember seperti Nirwana Wisata Indonesia *Tour and travel*, Nuansa Wisata *Tour and travel*, Warna *Tour and travel*, Pesona Raia *Tour and travel*, Tanpa Nama *Tour and travel* dan masih banyak perusahaan *travel* lainnya. Perusahaan-perusahaan jasa ini bersaing untuk dapat menarik minat masyarakat menggunakan jasa *travel* masing-masing. Dalam menarik minat masyarakat, perusahaan berusaha untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tumbuh kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan jasanya. Semakin tingginya tingkat persaingan saat ini, perusahaan jasa harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen. Fokus pada konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, merupakan pilihan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dalam bisnisnya.

Menurut Tjiptono, (2012:157) kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Konsumen memiliki persepsi tersendiri tentang kualitas, untuk itulah perusahaan harus jeli mengenai persepsi konsumen agar mampu menjawab apa yang diinginkan. Terbentuknya persepsi yang tepat menyebabkan konsumen mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang baik. Berdasarkan persepsi yang baik inilah konsumen tertarik dan menggunakan jasa tersebut.

Kualitas pelayanan barang/jasa dapat dikatakan baik dilihat dari beberapa aspek. Menurut Parasuraman (dalam Sangadji dan Sopiha, 2013:100-101), terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Adanya kualitas pelayanan ini dapat dipantau, apakah unit jasa yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh

konsumen. Pada travel ini kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat memberikan rasa senang, nyaman dan puas kepada pihak konsumen. Oleh karena itu, perusahaan travel harus memiliki karyawan yang berpengalaman dan berpengetahuan yang baik dalam menjalankan tugasnya, seperti ketua dan crew perjalanan, Tour Leader, dan sopir. Karyawan yang memahami tugasnya diharapkan dapat merespon dan menangani semua keluhan dari konsumen dengan cepat, tepat, dan tanggap. Pihak travel memberikan jaminan keselamatan, terjaminnya barang milik konsumen di dalam bagasi selama perjalanan, serta mengembalikan barang milik konsumen jika terdapat barang yang tertinggal didalam bus. Crew travel juga memberikan perhatian dan kepedulian kepada semua konsumennya tanpa membeda-bedakan, seperti mampu berkomunikasi dengan baik dan ramah dalam melayani konsumen. Kesesuaian Fasilitas yang ditawarkan oleh pihak travel dengan yang didapatkan oleh konsumen, seperti AC, TV, Wifi, stop kontak, serta tempat duduk yang dapat diatur yang berfungsi dengan baik, serta kelengkapan peralatan kesehatan seperti kotak P3K dan kantong plastik.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa biro perjalanan wisata di Jember yaitu Raja *Tour and Travel* Jember, yang berlokasi di Perum Mastrip Blok T-4 Jember. Raja *Tour and Travel* Jember adalah perusahaan legal berbentuk CV serta memiliki izin usaha di Kabupaten Jember. Raja tour memfokuskan usahanya pada pelayanan jasa perjalanan wisata, baik perjalanan wisata dalam kota (city tour) ataupun perjalanan wisata petualangan. Perusahaan biro jasa perjalanan wisata ini berdiri pada bulan April tahun 2009 yang sampai saat ini masih banyak digunakan, baik umum, sekolah, mahasiswa dan instansi pemerintah.

Pada Tabel 1.1 di bawah ini dapat ditunjukkan data jumlah konsumen yang telah menggunakan jasa *Raja Tour and Travel* Jember, yaitu :

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Raja *Tour and Travel* Jember Tahun 2009-2017

| No. | Responden | Jumlah Konsumen |
|-----|------------|-----------------|
| 1. | Tahun 2009 | 847 |
| 2. | Tahun 2010 | 1130 |
| 3. | Tahun 2011 | 1231 |
| 4. | Tahun 2012 | 1270 |
| 5. | Tahun 2013 | 1259 |
| 6. | Tahun 2014 | 1316 |
| 7. | Tahun 2015 | 1326 |
| 8. | Tahun 2016 | 1337 |
| 9. | Tahun 2017 | 431 |
| | Total | 10147 |

Sumber : Dok. Jumlah konsumen *Raja Tour and Travel* Jember

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa jumlah konsumen pada tahun 2012-2014 cenderung mengalami penurunan, hal ini diakibatkan oleh tingkat persaingan tarif yang semakin kompetitif dan terjangkau oleh masyarakat luas. Pada tahun 2015-2016 jumlah konsumen cenderung mengalami peningkatan, hal ini terjadi disebabkan oleh calon konsumen yang tidak hanya dipengaruhi oleh tarif yang murah saja melainkan dengan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan wisata, *Raja Tour and Travel* Jember selalu mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa dan pengelola *Raja Tour and Travel* Jember, diketahui bahwa travel tersebut sudah memberikan pelayanan yang baik yang ditunjukkan dengan keramahan para crew perjalanan, Tour Leader dan sopir travel. Pihak *Raja Tour and Travel* Jember selalu merespon keluhan yang dirasakan konsumen dengan cepat, misalnya ketika

ada keluhan dari konsumen pihak travel langsung cepat mengatasi keluhan tersebut dengan memberikan apa yang konsumen butuhkan. Pihak travel juga selalu menjaga kebersihan bagian dalam maupun luar bus, tempat duduk bus serta fasilitas pendukung bus misalnya seperti toilet yang berada di dalam bus, atau ruang khusus untuk merokok. Kualitas pelayanan travel ini juga ditunjukkan dengan kelengkapan fasilitas yang berfungsi dengan baik, misalnya seperti AC, TV, Wifi, stop kontak, tempat duduk yang dapat diatur, kelengkapan peralatan kesehatan seperti kotak P3K dan kantong plastik.

Selain itu, konsumen akan merasa nyaman dan puas dengan pemberian pelayanan yang tepat sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak travel, serta pemberian doorprize yang diundikan di akhir perjalanan tour. Perusahaan juga memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran baik lisan maupun tulisan kepada pihak travel untuk memperbaiki pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan tersebut. Konsumen memberikan nilai lebih apabila perusahaan mau menerima dan menanggapi keluhan mereka. Jika perusahaan mendapat nilai positif dari konsumen, maka hal tersebut akan memberikan sebuah keuntungan bagi perusahaan. Pemberian timbal balik yang baik dari konsumen, bukannya tidak mungkin konsumen akan merasa senang dan puas, tetapi juga akan melakukan pemakaian ulang. Konsumen yang merasa puas menggunakan jasa travel tersebut dengan kesediannya juga akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Meskipun demikian, masih banyak perusahaan travel yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, seperti banyaknya konsumen yang mengeluhkan ketidakpuasannya dalam menikmati pelayanan yang diberikan. Keluhan yang kerap terjadi pada perusahaan travel umumnya seperti, pelayanan yang kurang ramah serta sikap pengemudi atau sopir yang kadang hanya sekedar menjalankan tugas semata, fasilitas bus yang disediakan tidak sesuai dengan yang ditawarkan, makanan yang diberikan dalam perjalanan dan lain sebagainya. Beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen tersebut menyebabkan konsumen merasa tidak puas. Konsumen yang

tidak puas kemungkinan besar akan berpindah ke perusahaan travel yang lain atau menceritakan kepada orang lain tentang pengalaman buruknya menggunakan jasa travel tersebut. Menciptakan kepuasan konsumen dengan konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas dan pengelolaan yang baik, akan memperoleh konsumen yang lebih banyak dan mampu mempertahankan konsumennya.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen travel pernah dilakukan oleh Erick Syarief Rachman, Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Travel Cipaganti Group* Di Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,9% yang berarti bahwa variabel lain yang tidak diteliti mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 20,3% yaitu harga, promosi, lokasi, dan sebagainya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RAJA TOUR AND TRAVEL JEMBER”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu adakah pengaruh yang signifikan persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Raja Tour And Travel* Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Raja Tour And Travel* Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, sebagai alat untuk mempraktekkan materi yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan dan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan pikiran mengenai masalah - masalah yang dihadapi oleh perusahaan.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan, masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan, strategi dibidang pemasaran, untuk pengembangan usaha dan bisnis khususnya bidang transportasi.
- c. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan yang dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang

BAB 2. KAJIAN TEORI

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka atau kajian teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini adalah : tinjauan penelitian terdahulu, kajian teori persepsi tentang kualitas pelayanan, kajian teori tentang kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa, dasar teori tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa *Travel* dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu untuk mendapatkan bahan perbandingan dan bahan acuan untuk memperjelas pembahasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah uraian secara singkat penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Eko Setiyawan (2014) dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wiradasa Abadi *Tour And Travel*”. Hasil analisis menunjukkan bahwa tanggapan responden besarnya pengaruh semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 87,8%. Sedangkan secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen sebesar 66,846% dan harga sebesar 20,968%.

Penelitian kedua, dilakukan oleh Muhammad Rifki (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Baraya Travel (Survey Pada Konsumen Baraya Travel)”. Hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 77,3% , sedangkan sisanya yaitu 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama – sama untuk mengetahui kualitas pelayanan. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu yang pertama terletak pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Penelitian terdahulu tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kontribusi kedua penelitian terdahulu terhadap penelitian ini adalah penelitian terdahulu menjadi acuan dan juga pertimbangan dalam melakukan penelitian yang dapat memperkuat penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu dapat digunakan untuk memperkuat hipotesis pada penelitian yang sekarang, sehingga akan mendorong peneliti untuk dapat mengetahui hasil dari penelitian yang akan dilakukan sekarang.

2.2 Landasan Teori Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan

Penyampaian produk yang bersifat membujuk berperan penting bagi perusahaan dalam tingkat persaingan yang tinggi. Tujuan pemasaran adalah untuk mencoba meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang baik. Berdasarkan persepsi yang baik inilah konsumen tertarik dan membeli. Konsumen mempersepsikan bahwa produk yang memiliki keunggulan berbeda dengan produk lain dan keunggulan itu sangat berarti bagi konsumen, maka konsumen akan memilih produk kita, meskipun sebenarnya produk tersebut relatif mirip dengan lainnya (Suryani, 2012:96).

Menurut Setiadi, (2003:159-160) persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian *sensasi* adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita

terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Persepsi akan timbul dengan adanya itu semua. Menurut Stanton (dalam Setiadi, 2003:160) persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Suatu proses persepsi akan diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, segala sesuatu yang bisa dilihat, segala sesuatu yang bisa didengar, segala sesuatu yang bisa diraba (Suryani, 2012:97-98). Jika dilihat dari asalnya, stimuli ada yang berasal dari dalam diri individu seperti harapan, kebutuhan dan pengalaman. Setelah konsumen mengorganisir stimuli yang ada dan mengaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka agar stimuli tersebut mempunyai makna, konsumen mengintepretasikan atau memberi arti stimuli tersebut. Pada tahap intepretasi ini konsumen secara sadar atau tidak sadar akan menghubungkan dengan semua informasi yang dimilikinya agar mampu memberikan makna yang tepat. Dalam proses ini pengalaman dan juga kondisi psikologis konsumen seperti kebutuhan, harapan, dan kepentingan akan berperan penting dalam mengintepretasikan stimuli (Suryani, 2012:109).

Menurut Gaspers (dalam Suryadana dan Oktavia, 2015:90) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen pada umumnya akan melihat dengan cermat apa yang mereka harapkan berdasarkan

pengalamannya. Pengalaman langsung adalah bahwa kepercayaan yang dimiliki lebih besar daripada yang diperoleh saat melihat tampilan iklannya saja. Untuk itu para pemasar harus menyadari bahwa kepercayaan terhadap objek, atribut, dan manfaat menunjukkan persepsi konsumen.

2.3 Landasan Teori Kualitas Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai kepedulian perusahaan terhadap konsumen. Kepedulian ini ditunjukkan dengan proses pemberian bantuan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain dalam jual beli barang dan jasa. Pemberian bantuan atau pelayanan yang baik dengan unsur kecepatan, kenyamanan, dan keramahan akan memberikan manfaat yang besar agar dapat memenangkan persaingan.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011:180) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan harus ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Parasuraman dkk, dalam Tjiptono 2012:157). Hal tersebut juga diperjelas oleh Sangadji dan Sopiah (2013:190), bahwa konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*). Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen (*actual performace*) sebenarnya merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:181), bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang

dipersepsikan. Kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik, apabila jasa yang dirasakan konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Sebaliknya, jika jasa yang dirasakan lebih jelek dibandingkan dengan yang diharapkan maka kualitas jasa akan dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada Raja *Tour and Travel* Jember sebagai penyedia jasa transportasi dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Penilaian terhadap tingkat kualitas pelayanan ini bukan dilihat berdasarkan sudut pandang pihak travel melainkan dari konsumen. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi dan pihak travel harus berorientasi pada kepentingan konsumen dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (dalam Dimiyati, 2008:26), kualitas layanan merupakan suatu konsep yang terdiri dari lima dimensi. Kelima dimensi tersebut meliputi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Kualitas layanan diukur melalui persepsi konsumen terhadap lima dimensi kualitas layanan tersebut. Kelima dimensi tersebut juga diungkapkan oleh Tjiptono, (2011:347) yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*).

2.3.1 Kehandalan (*Reability*)

Menurut Yazid, (2003: 102) kehandalan adalah kemampuan yang akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Menurut Tjiptono, (2011:347) kehandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja pihak Raja *Tour and Travel* Jember dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan apa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan bukan hanya yang sesuai dengan yang mereka tawarkan, tetapi kemampuan kinerja dari karyawan juga diharapkan dilakukan secara cepat dan tepat agar konsumen merasa puas. Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:182) juga menyatakan bahwa keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja

harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kehandalan adalah kemampuan yang harus dimiliki Raja *Tour and Travel* Jember agar konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan. Kemampuan yang diberikan yaitu seperti memberikan pelayanan yang dijanjikan dan dilakukan dengan tepat dan konsisten, serta seberapa besar kemampuan Raja *Tour and Travel* Jember memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada kesalahan.

Kehandalan dalam penelitian ini ditunjukkan dengan kemampuan pelayanan dari crew Raja tour yang tepat waktu. Misalnya konsisten dalam pengaturan jadwal keberangkatan sesuai dengan kesepakatan diperjanjian awal. Bus sudah standby ditempat 45 menit atau paling lambat 30 menit sebelum waktu keberangkatan, sedangkan bus yang datang tepat pada waktu keberangkatan itu dinilai tidak baik. Lama waktu kunjungan ke obyek studi dan wisata sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Lama waktu kunjungan yang kurang sesuai paling lambat 30 menit berada di obyek studi, sedangkan lama waktu kunjungan yang tidak baik yaitu jika lama waktu kunjungan terlambat 45 menit karena menyebabkan jadwal kunjungan yang lainnya tertunda. Sopir Raja tour mengemudikan bus dengan hati-hati dan tidak kebut-kebutan, sehingga konsumen merasa nyaman selama perjalanan.

Pihak travel juga memberikan snack 2 kali sehari pada awal keberangkatan. Snack diberikan 2 kali sehari dengan 2 varian sesuai dengan yang dijanjikan, sedangkan perjanjian yang tidak sesuai yaitu jika snack tidak diberikan oleh pihak travel. Crew travel yang memberikan pelayanan secara tepat sesuai dengan yang dijanjikan, misalnya menu makanan prasmanan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Menu makanan yang sesuai yaitu menu setiap kali makan sesuai dengan permintaan konsumen, sedangkan menu yang tidak sesuai yaitu menu makanan tidak sama persis dengan permintaan konsumen. Kesesuaian

tempat wisata yang dikunjungi, konsumen dapat mengunjungi semua tempat wisata sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati tanpa merubah jadwal yang sudah ditentukan, sedangkan kunjungan ke tempat wisata yang tidak sesuai yaitu ada 2 tempat wisata yang tidak dikunjungi sehingga dapat membuat konsumen merasa kecewa.

Tempat penginapan serta fasilitas penginapan yang ditawarkan oleh pihak Raja tour sesuai dengan yang di deskripsikan. Misalnya fasilitas didalam kamar seperti luas kamar yang sesuai dengan jumlah orang yang menempati, serta fasilitas seperti TV, shower kamar mandi, dll, sedangkan tempat penginapan yang tidak sesuai yaitu penginapan serta fasilitas kamar sama sekali tidak sesuai dengan yang di deskripsikan. Begitu juga dengan lokasi hotel atau penginapan yang dekat dengan pusat keramaian yang ingin dikunjungi. Crew dari Raja tour yang baik memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang semua obyek wisata yang dikunjungi untuk menjawab semua pertanyaan konsumen dengan benar. Crew travel yang tidak baik yaitu menjawab semua pertanyaan konsumen dengan kurang benar. Bentuk kehandalan yang lain berupa pemberian doorprize yang diberikan oleh pihak Raja tour. Doorprize sesuai dengan yang di janjikan yaitu 3 jenis atau paling tidak 2 jenis doorprize yang diberikan oleh pihak travel, sedangkan doorprize yang tidak sesuai yaitu doorprize yang tidak diberikan.

2.3.2 Daya Tanggap (*responsiveness*)

Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan kualitas pelayanan adalah daya tanggap. Semua konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan, konsumen akan merasa senang apabila karyawan yang melayani mereka memiliki kesigapan dan ketulusan dalam memenuhi permintaan mereka. Menurut Yazid, (2003:102) ketanggapan adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan segera. Memberikan perhatian terhadap keinginan konsumen dengan menunjukkan “kemauan untuk membantu” melayani keinginan tersebut dengan cepat atau sesegera mungkin. Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:182), menyatakan bahwa ketanggapan (*responsiveness*) yaitu

suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut Tjiptono, (2011:347), daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Keinginan konsumen yaitu mendapatkan pelayanan yang cepat, bukan hanya pelayanan yang cepat dari karyawan, tetapi karyawan juga bisa memberikan pelayanan dengan baik.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa daya tanggap merupakan suatu usaha untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat kepada para konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Pelayanan cepat yang diharapkan konsumen, dan juga diimbangi dengan pelayanan yang sebaik-baiknya. Mengkomunikasikan dengan baik kepada konsumen mengenai proses pelayanan yang diberikan akan membentuk tanggapan yang lebih positif.

Pemberian pelayanan yang cepat tanggap dalam penelitian ini yaitu kemudahan konsumen dalam mendapatkan kejelasan informasi waktu kunjungan dan rute perjalanan dari pihak travel. Misalkan dengan memberikan buku panduan kepada setiap konsumen, dan menjelaskan informasi yang kurang dipahami akan lebih memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi. Pihak travel paling tidak memberikan buku panduan, karena konsumen akan kesulitan mendapatkan informasi jika tidak diberi buku panduan dan informasi secara langsung. Crew travel yang cepat tanggap dalam menolong konsumen selama perjalanan, misalnya dengan cepat pertolongan kepada konsumen yang merasa kurang enak badan atau sedang sakit. Misalnya dengan memberikan pertolongan pertama berupa obat dan langsung membawa konsumen ke pukesmas atau Rumah Sakit terdekat jika tidak dapat ditangani sendiri oleh pihak travel. Crew travel yang tidak baik yaitu crew yang tidak memberikan pertolongan kepada konsumen.

Pelayanan crew travel yang ditunjukkan dengan kecepatan dalam memberikan bantuan tentang penggunaan fasilitas bus kepada konsumen,

misalnya langsung menangani keluhan tentang fasilitas yang tidak berfungsi dengan baik atau memberikan informasi dan bantuan bagaimana cara menggunakan fasilitas bus yang sudah di sediakan seperti cara mengatur posisi kursi, ac, wifi dll. Pelayanan crew travel yang tidak baik yaitu crew yang tidak memberikan bantuan. Bentuk pelayanan cepat tanggap yang lain ditunjukkan dengan crew Raja tour selalu menanggapi dan menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen tentang makanan yang diberikan. Salah satu penilaian yang baik dari konsumen adalah pihak travel yang tidak hanya menanggapi tetapi juga menangani semua keluhan dari konsumen, sedangkan penilaian tidak baik dari konsumen adalah keluhan yang tidak pernah ditanggapi dan ditangani.

2.3.3 Jaminan (*assurance*)

Kepercayaan konsumen merupakan faktor yang menentukan kualitas pelayanan pihak travel, hal ini perlu diperhatikan untuk mempertahankan konsumen. Kepercayaan tersebut diperoleh dengan memberikan jaminan berupa keamanan, keselamatan, dan kenyamanan jika fasilitas pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Menurut Tjiptono, (2011:347), jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:182) juga menyatakan bahwa jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa jaminan adalah kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan jasa dalam melayani dengan rasa percaya diri sehingga menumbuhkan rasa percaya pada konsumen dan bebas dari resiko keraguan terhadap jasa yang mereka tawarkan.

Jaminan dalam penelitian ini ditunjukkan dengan suatu kepercayaan yang diberikan konsumen kepada perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari pihak travel yang selalu mengembalikan barang milik konsumen yang tertinggal di dalam bus. Pihak travel yang baik sebelumnya mengingatkan kembali kepada konsumen untuk mengecek barang-barangnya sebelum turun dari bus, agar tidak ada barang milik konsumen yang tertinggal di dalam bus. Jika pihak travel tidak mengingatkan kepada konsumen sebelumnya, setidaknya mengembalikan barang milik konsumen yang tertinggal di dalam bus. Sikap pihak travel yang tidak baik adalah yang tidak pernah mengembalikan barang milik konsumen jika tertinggal di dalam bus.

Pihak travel yang juga memberikan jaminan asuransi keselamatan kepada setiap konsumen, agar konsumen merasa aman selama mengikuti tour. Konsumen yang merasa aman bukan hanya diberikan jaminan asuransi kepada setiap orang saja, melainkan juga kondisi fisik bus dalam keadaan baik, bukan hanya kondisi fisik luar bus yang bagus saja tetapi kondisi fisik bus seperti mesin, rem, ban, dll, serta sopir yang dapat diandalkan dalam mengemudikan bus selama perjalanan. Jaminan asuransi dari pihak travel yang tidak baik yaitu jaminan asuransi tidak diberikan kepada setiap konsumen, kondisi fisik dalam bus kurang baik, dan sopir yang kebut-kebutan selama perjalanan.

Crew travel juga menunjukkan sikap yang selalu ramah saat melayani konsumen, yang ditunjukkan dengan saling bertegur sapa dan berbaur dengan konsumen. Crew travel yang menunjukkan sikap tidak baik adalah crew yang tidak pernah bertegur sapa dan berbaur dengan konsumen. Pihak travel juga dapat menjamin keamanan barang milik konsumen yang ada di dalam bagasi bus, karena ada penjaga khusus untuk keamanan barang-barang milik konsumen serta pemberian nama pemilik untuk memudahkan petugas mencari barang. Barang milik konsumen yang tidak diberikan keamanan oleh pihak travel adalah barang milik konsumen tidak diberi nama pemiliknya dan tidak ada petugas yang menjaganya.

2.3.4 Empati (*empathy*)

Faktor empati juga penting dalam hal memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan dengan sikap ramah dan bersahabat, membuat konsumen merasa diperhatikan. Menurut Tjiptono, (2011:347), empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Menurut Yazid, (2003:103), kebutuhan konsumen akan perhatian yaitu berupa perhatian individual yang bisa saja berbeda dengan kebutuhan individu lainnya. Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:182), juga mengatakan bahwa empati yaitu pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa empati merupakan pelayanan Raja *Tour and Travel* Jember kepada konsumen dengan memberikan perhatian yang sungguh-sungguh dan bersifat pribadi dengan upaya untuk memahami keinginan konsumen.

Empati dalam penelitian ini ditunjukkan crew travel yang dapat menjalin komunikasi dan memahami konsumen dengan baik. Misalnya dapat memahami kondisi dan usia konsumen agar tercipta suasana yang menyenangkan serta terjalinnya keakraban satu sama lain, sedangkan sikap yang tidak baik dari crew travel adalah tidak ada komunikasi antara crew travel dengan konsumen. Konsumen merasa puas dengan kinerja crew travel yang melayani konsumen dengan sikap ramah, sopan, dan sabar dalam melayani konsumen, sedangkan konsumen yang merasa tidak puas jika crew travel tidak ramah, sopan dan sabar dalam melayani konsumen. Crew travel yang baik selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial, tanpa membeda-bedakan dan melayani konsumen dengan sopan. Crew travel paling tidak memberikan perhatian yang sama, tanpa membeda-bedakan dan melayani dengan sopan, terkecuali untuk orang yang membutuhkan bantuan lebih (kekurangan fisik), sedangkan crew

travel yang tidak baik yaitu crew tidak pernah memberikan perhatian apapun kepada konsumen.

2.3.5 Bukti Fisik (*tangible*)

Bukti fisik merupakan hal yang baik untuk mempengaruhi persepsi konsumen. Bukti fisik yang digunakan menunjukkan tentang kualitas dan kenyamanan dari jasa yang ditawarkan oleh pihak travel untuk konsumennya. Menurut Tjiptono, (2011:347), bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:182), Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Hal tersebut juga dinyatakan oleh Yazid (2003:104-105), bahwa bukti fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personil, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Bukti fisik yang bagus akan menarik perhatian konsumen untuk menggunakan jasa travel tersebut. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan. Keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh Raja *Tour and Travel* Jember dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar.

Bukti fisik dalam penelitian ini ditunjukkan dengan kelayakan keadaan fisik. Kondisi bagian dalam dan luar bus yang bersih adalah bus selalu dalam kondisi bersih dan nyaman untuk ditempati, atau bagian dalam bus yang cukup bersih yang terkadang terdapat sedikit sampah disela-sela kursi, karena bus bagian dalam hanya di bersihkan pada saat konsumen sedang tidak berada di dalam bus.

Kondisi bus tidak bersih yaitu bagian dalam dan luar bus yang tidak pernah dibersihkan oleh pihak travel. Crew travel saat bertugas selalu menggunakan seragam dan ID card sebagai tanda pengenal, hal ini untuk mempermudah mencari crew travel jika konsumen membutuhkan bantuan pihak travel serta menunjukkan kekompakan dari crew travel dan menunjukkan identitas dari perusahaan itu sendiri. Crew travel juga cukup memakai seragam meskipun tidak menggunakan ID card sebagai tanda pengenal. Crew travel yang tidak baik yaitu crew yang tidak memakai seragam atau ID card sebagai tanda pengenal, karena akan menyulitkan konsumen mencari crew ketika sedang membutuhkan bantuan.

Bentuk lain dari bukti fisik adalah fasilitas yang disediakan di dalam bus semua berfungsi dengan baik seperti (wifi, AC, stop kontak, dan alat untuk mengatur posisi tempat duduk). Fasilitas yang disediakan lengkap tetapi biasanya ada yang tidak berfungsi, misalnya fasilitas wifi yang sering tidak berfungsi karena pengguna yang banyak sedangkan wifinya terbatas. Hal lain yang perlu diperhatikan juga adalah kelengkapan peralatan kesehatan yang disediakan pihak travel seperti kelengkapan obat-obatan atau kotak P3K dan kantong plastik yang selalu tersedia didalam bus. Fasilitas kesehatan yang tidak baik adalah peralatan kesehatan dan kantong plastik yang tidak disediakan oleh pihak travel. Raja *Tour and travel* Jember juga salah satu perusahaan legal berbetuk CV yang memiliki izin usaha di Kabupaten Jember.

2.4 Landasan Teori Kepuasan Konsumen

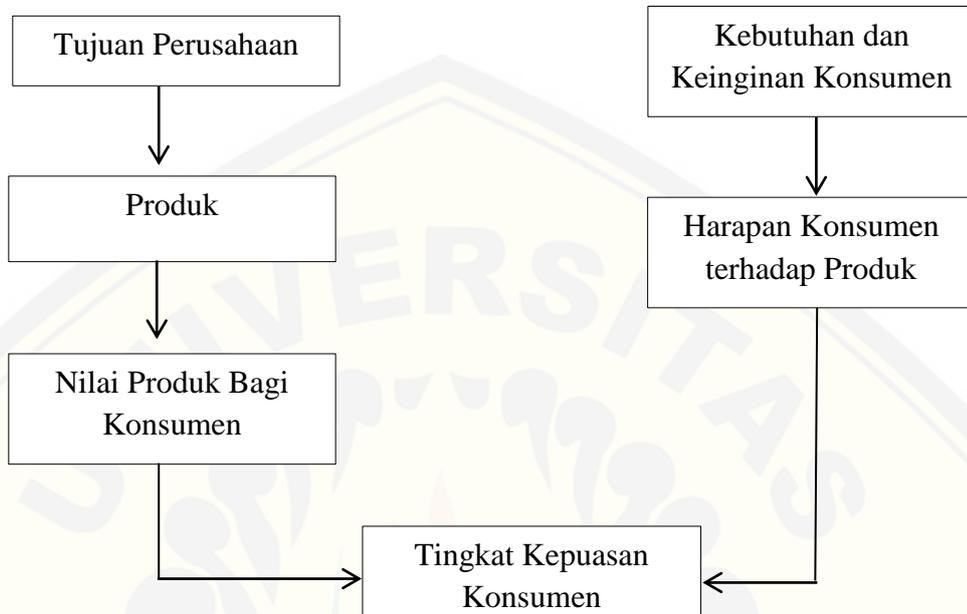
Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika suatu pelayanan jasa tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika pelayanan jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

Menurut Sangadji dan Sopiah, (2013:181), kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan yang sesuai dengan kinerja dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan pelayanan yang diterima dan harapan-harapannya. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan. Setelah pemakaian, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Menurut Tse dan Wilson, (dalam Dimiyati, 2008:42) menguraikan dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectation* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013:181).

Menurut Engel, Roger dan Miniard, (dalam Suryadana dan Octavia, 2015:90) kepuasan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Suryadana dan Octavia, 2015:90), juga mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, kepuasan merupakan hasil yang dirasakan oleh konsumen dari kinerja jasa yang diterima dari penyedia jasa sesuai dengan apa yang di harapkan dan di janjikan sebelumnya. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Jadi perasaan puas atau tidak puas akan muncul setelah pelanggan

menggunakan jasa di Raja *Tour and Travel* Jember dan mengevaluasinya. Secara ringkas konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan berikut:



Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono (2005:130)

Pada gambar 2.1 dapat dilihat bahwa salah satu tujuan dari perusahaan adalah memberikan kepuasan bagi konsumen melalui pemenuhan kebutuhan akan jasa sesuai dengan harapan dan keinginan para konsumen. Dalam mewujudkan hal tersebut, maka perusahaan akan berusaha untuk memberikan pelayanan jasa yang memiliki nilai lebih dari yang diharapkan. Harapan akan kualitas dari jasa yang dimiliki perusahaan, tidak pernah terlepas dari keinginan dan kebutuhan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan perusahaan. Hal inilah yang menjadi dasar bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen akan barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan konsumen.

Menurut Yazid (2003:55) membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Menurut Jones, (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:183), teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan

konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan, Kivetz dan Simonson, (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:182). Dikaitkan dengan kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember maka kepuasan konsumen merupakan perasaan puas yang mereka rasakan setelah menggunakan jasa perusahaan tersebut yang ditunjukkan dengan pemakaian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini, indikator kepuasan konsumen yang akan digunakan yaitu pemakaian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut, hal ini didasarkan pada Raja tour yang menfokuskan usahanya pada pelayanan jasa perjalanan wisata, serta banyaknya mahasiswa yang menggunakan jasa travel tersebut hanya untuk kegiatan Study tour atau praktek kerja lapangan.

2.4.1 Pemakaian Ulang

Kepuasan konsumen akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Konsumen yang merasa puas akan selalu tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut berulang kali. Menurut Swasta, (2000:114) pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama dan akan membeli lagi untuk yang kedua atau ketiga kalinya. Pendapat lain juga diungkapkan oleh Alma, (2000:231) dengan adanya kepuasan konsumen akan terjadi pembelian ulang dan berapa banyak jumlah pembelian pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut bahwa konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa Raja *Tour and Travel* Jember. Konsumen yang puas juga akan tertarik untuk menggunakan lagi jasa tersebut sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Pembelian ulang dalam penelitian ini merupakan perilaku konsumen yang telah melakukan pembelian awal, timbul perasaan senang dan puas, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk yang telah memenuhi harapannya tersebut.

2.4.2 Rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Konsumen yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan Raja *Tour and Travel* Jember akan membicarakan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan travel tersebut kepada orang lain. Menurut Suryadana dan Octavia, (2015:94), adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. Rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan penyampaian secara personal atau nonpersonal yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada pelanggan. Jadi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) secara tidak langsung digunakan untuk mempromosikan keunggulan dan juga kelemahan jasa Raja *Tour and Travel* Jember kepada konsumen yang lain. Menurut Tjiptono dan Diana, (2015:10), daya persuasif gethok tular (*word of mouth*) dalam banyak industri (terutama sektor jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel ketimbang iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

Rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) biasanya dapat diterima berdasarkan saran dari orang-orang yang mereka percaya seperti teman atau keluarga. Pada penelitian ini yang dimaksud rekomendasi dari mulut ke mulut

(*word of mouth*) adalah kesediaan para konsumen untuk menginformasikan tentang keunggulan travel Raja *Tour and Travel* Jember yang disampaikan kepada orang lain, serta merokendasikan untuk menggunakan travel tersebut.

2.5 Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Persaingan bisnis jasa travel yang sangat ketat seperti sekarang, menyebabkan para pelaku bisnis berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen guna memenangkan persaingan. Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah memberikan layanan yang berkualitas dengan memenuhi kebutuhan konsumen. Pada umumnya konsumen mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang diberikan pihak travel dapat dinikmati dengan layanan yang baik dan memuaskan. Oleh sebab itu, perusahaan jasa travel tersebut harus selalu berupaya memberikan layanan yang terbaik kepada konsumennya. Perusahaan jasa travel merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan wisata yang saat ini menjamur di daerah Jember. Pada situasi persaingan yang ketat ini mengharuskan Raja *Tour and Travel* Jember untuk memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas layanan dalam hal ini didefinisikan sebagai persepsi konsumen sebagai hasil penilaian terhadap kualitas layanan. Tjiptono, (dalam Dimiyati, 2009:156), menyatakan bahwa kualitas produk (baik barang maupun jasa) besar kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi dari mulut ke mulut, pangsa pasar, dan profitabilitas. Selanjutnya Rangkuti, (dalam Dimiyati, 2009:156), juga menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan jasa berfokus pada lima dimensi jasa.

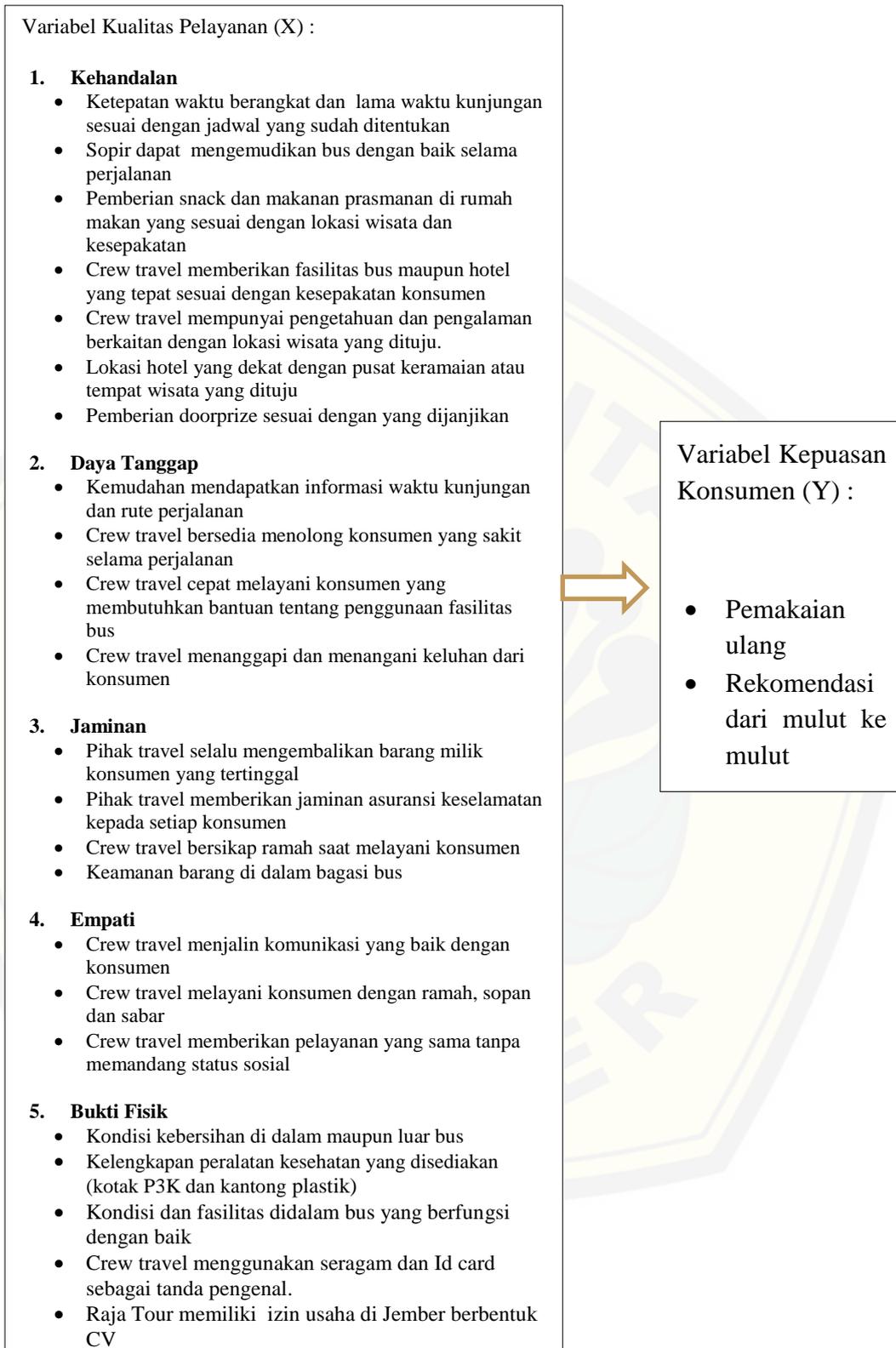
Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jika persepsi konsumen akan kualitas pelayanan tinggi, maka akan tinggi pula kepuasan

konsumen, dan sebaliknya jika persepsi konsumen akan kualitas pelayanan rendah maka kepuasan konsumen juga akan rendah.

2.6 Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka yang dilakukan oleh pebeliti maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :





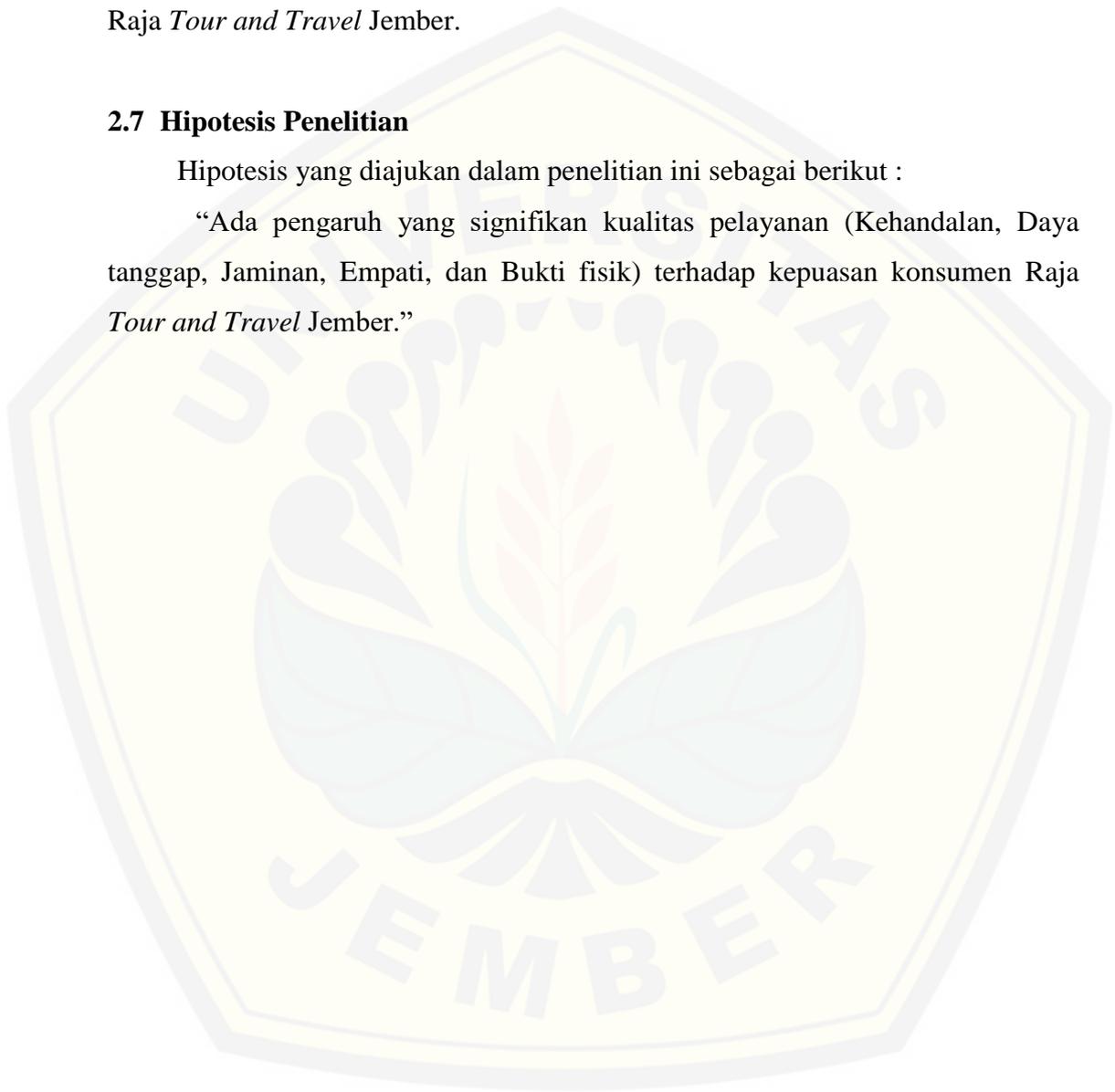
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir diatas diatas dapat ditunjukkan bahwa penelitian tersebut terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini Kualitas pelayanan terdiri atas kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember.

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember.”



BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian dalam bab ini meliputi rancangan penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, metode penentuan populasi dan sampel penelitian, pemilihan jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berupa penelitian yang berhubungan dengan korelasional yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan jasa baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember. Daerah penelitian yang ditentukan dengan *purposive area* (daerah penelitian yang sudah ditentukan secara sengaja oleh peneliti). Sedangkan untuk metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel penelitian menggunakan *Purposive Sampling* (penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu). Adapun untuk memperoleh data peneliti menggunakan metode angket sebagai metode utama, wawancara, dan dokumen sebagai pelengkap. Teknik pengolahan data meliputi editing, skoring, dan tabulasi, kemudian analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier sederhana.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y). Adapun definisi operasional tersebut adalah :

3.2.1 Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah tindakan staff Raja *Tour and Travel* Jember dalam melayani serta membantu konsumen sesuai dengan harapan konsumennya. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.2.1.1 Kehandalan / Reliability

Kehandalan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh *Raja Tour And Travel Jember* kepada konsumen yang ditunjukkan dengan kemampuan pelayanan crew *Raja tour* yang tepat waktu, Sopir mengemudikan bus dengan baik selama perjalanan, memberikan fasilitas bus maupun hotel yang tepat sesuai dengan kesepakatan konsumen, serta crew travel yang memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang semua obyek wisata yang dikunjungi untuk menjawab semua pertanyaan dari konsumen mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi.

3.2.1.2 Daya Tanggap / Responsiveness

Daya tanggap yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh *Raja Tour And Travel Jember* kepada konsumen yang ditunjukkan dengan crew travel yang cepat tanggap dalam menolong konsumen selama perjalanan misalkan konsumen yang sedang sakit, crew travel cepat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, memberikan bantuan tentang penggunaan fasilitas bus kepada konsumen, serta menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen.

3.2.1.3 Jaminan / Assurance

Jaminan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh *Raja Tour And Travel Jember* kepada konsumen yang ditunjukkan dengan pihak travel yang mengembalikan barang milik konsumen jika ada yang tertinggal didalam bus, memberikan jaminan asuransi keselamatan kepada setiap konsumen, menunjukkan sikap yang ramah dan sopan saat melayani konsumen, menjamin keamanan barang milik konsumen.

3.2.1.4 Empati / Empathy

Empati yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh *Raja Tour And Travel Jember* kepada konsumen yang ditunjukkan dengan crew travel menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, memiliki

hubungan yang baik dengan konsumen serta keramahan dari crew travel yang memberikan pelayanan tanpa memandang status.

3.2.1.5 Bukti fisik / Tangible

Bukti fisik yang dimaksud dalam penelitian adalah pelayanan yang diberikan oleh Raja *Tour And Travel* Jember kepada konsumen yang ditunjukkan dengan kelayakan keadaan fisik, seperti kondisi bus, fasilitas bus dan hotel yang disediakan berfungsi dengan baik. Bentuk lain dari bukti fisik adalah crew travel saat bertugas selalu menggunakan seragam atau ID card sebagai tanda pengenal.

3.2.2 Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan jasa dari Raja Tour sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen Raja Tour. Adapun indikator dari kepuasan konsumen antar lain :

- a. Pemakaian ulang jasa Raja *Tour and Travel* Jember.
- b. Rekomendasi dari mulut ke mulut jasa Raja *Tour and Travel* Jember.

3.3 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Metode penentuan daerah dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area* karena tempat penelitian sudah ditentukan dengan sengaja disesuaikan dengan tujuan penelitian. Daerah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Raja *Tour and Travel* di Perum Mastrip Blok T-4 Jember, dengan alasan sebagai berikut :

1. Raja *Tour and Travel* merupakan salah satu perusahaan travel di Kabupaten Jember yang sudah 9 tahun beroperasi dan masih banyak dipercaya konsumen dalam melakukan kegiatan wisatanya.
2. Belum pernah dijadikan sebagai objek penelitian dengan bahasan pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Penentuan Populasi

Penentuan Responden pada penelitian ini menggunakan metode populasi dan sampel. Menurut Arikunto (2014:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Raja *Tour and Travel* Jember dengan jumlah 10147 pada bulan April 2009 – Mei 2017.

3.4.2 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:91). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan faktor keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi untuk diteliti. Untuk menentukan beberapa sampel yang dibutuhkan, maka digunakan rumus :

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

(Slovin, dalam Umar, 2007:78)

di mana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,1 atau 10%).

Jika diketahui jumlah populasi konsumen Raja *Tour and Travel* Jember pada bulan April 2009 – Mei 2017 adalah sebesar 10147 konsumen, maka jumlah sampel dapat dihitung sbb :

$$n = \frac{10147}{1 + 10147 (10\%)^2}$$

$$= 99,02 \text{ responden}$$

$$= 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen Raja *Tour and Travel* Jember. Penentuan sampel ini menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel yang dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Responden adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Raja *Tour and Travel* Jember.
- b. Responden yang dituju adalah konsumen yang berdomisili di Jember untuk mempermudah pengumpulan data.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden penelitian dengan cara menyebarkan angket berupa pertanyaan secara tertutup yang dibagikan kepada setiap responden, yaitu konsumen Raja *Tour and Trave* Jember.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada. Data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada di Raja *Tour and Travel* Jember.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini meliputi data primer yang didapat dari penyebaran angket pada responden (konsumen Raja *Tour and Travel* Jember). Sedangkan data sekunder diperoleh melalui pencatatan dokumen yang ada dan informasi yang terkait dengan penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang obyektif, dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu :

3.6.1 Metode Angket

Metode angket ini dipakai untuk memperoleh data-data dan keterangan-keterangan langsung dari responden. Jenis angket yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu suatu jenis angket dimana peneliti telah menyediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya menuliskan salah satu jawaban yang menurut dirinya paling sesuai.

Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden yaitu konsumen Raja tour tentang kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) yang diberikan terhadap kepuasan konsumen di Raja *Tour and Travel* Jember.

3.6.2 Metode Wawancara

Metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa travel dan pengelola travel untuk memperoleh informasi tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Raja tour serta tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada pihak yang terkait untuk mencocokkan terhadap informasi yang telah diperoleh dari Raja tour melalui angket yang telah disebar.

3.6.3 Metode Dokumen

Metode dokumen dimaksudkan untuk memperoleh data yang juga berasal dari dokumen-dokumen resmi. Dalam penelitian ini digunakan memperoleh data konsumen yang menggunakan jasa travel, jumlah karyawan, serta profil Raja *Tour and Travel* Jember.

3.7 Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah pengolahan data sehingga siap untuk dianalisis. Adapun tahap-tahap pengolahan data sebagai berikut :

3.7.1 Editing

Editing merupakan langkah awal untuk mengecek kelengkapan data dan identitas responden, sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keraguan. Hal-hal yang akan diproses dalam editing meliputi : kelengkapan pengisian kuesioner, kejelasan makna jawaban, relevansi jawaban, konsisten jawaban, konsisten jawaban, dan keseragaman jawaban.

Untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini, peneliti mengecek kembali apakah angket sudah diisi dan dikembalikan kepada peneliti apabila angket sudah diisi semua. Jika angket tidak lengkap, peneliti mengembalikan angket tersebut kepada responden untuk dilengkapi.

3.7.2 Skoring

Skoring adalah kegiatan pemberian skor atau nilai terhadap data yang telah terkumpul berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dimana responden diberi serangkaian pertanyaan berdasarkan pendapat mereka. Menurut Sugiyono, (2014:107) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Kriteria skala likert yang digunakan bersifat *ordinal scale* yaitu angka-angka yang diberikan mengandung arti tingkatan dan memiliki 5 skala, namun dalam penelitian ini skala likert yang digunakan telah dimodifikasi menjadi 4 skala. Adapun kriteria skoring pada angket tertutup yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika responden memilih alternatif jawaban a, skor yang diberikan adalah 4
- b. Jika responden memilih alternatif jawaban b, skor yang diberikan adalah 3

- c. Jika responden memilih alternatif jawaban c, skor yang diberikan adalah 2
- d. Jika responden memilih alternatif jawaban d, skor yang diberikan adalah 1

3.7.3 Tabulasi

Tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang telah dipilih oleh responden terhadap option pertanyaan yang diberikan kepada responden yang ditulis dalam tabel. Proses tabulasi yakni penyusunan data ke dalam tabel sehingga diperoleh nilai dari variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan yang terdiri atas kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden. Selain itu tabulasi juga digunakan untuk menyusun data dari variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Raja *Tour and Travel* Jember.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas tersebut dilakukan pada saat sebelum melakukan penelitian yaitu untuk menguji apakah angket dalam penelitian ini layak untuk disebarkan kepada responden. Agar dapat menguji validitas maka dapat juga di gunakan rumus sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

(Arikunto, 2014:213)

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Total dari variabel X

ΣY = Total dari variabel Y

ΣXY = Total dari hasil kali Variabel X dan Y

Setelah diketahui berapa jumlah R_{xy} maka akan dilihat dengan r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Apabila $R_{xy} > r_{tabel}$ instrumen di katakan valid dan apabila $R_{xy} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Adapun rumus alpha yang digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Arikunto, 2014:239)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Kriteria untuk mengujinya adalah sebagai berikut :

1. Jika r_{alpha} positif dan $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
2. Jika r_{alpha} negatif dan $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Reliabilitas instrumen dapat dilihat dari r_{hitung} (r_{alpha}) dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.2 Kriteria r_{hitung} (r_{alpha})

| r_{hitung} (r_{alpha}) | Kriteria |
|------------------------------|---------------|
| 0,800 – 1,00 | Sangat tinggi |
| 0,600 – 0,799 | Tinggi |
| 0,400 – 0,599 | Cukup |
| 0,200 – 0,399 | Rendah |
| < 0,200 | Sangat rendah |

(Arikunto, 2003:276)

Untuk mempermudah melakukan uji validitas dan juga reliabilitas. Instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan program SPSS versi 22 *for windows*.

3.10 Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya dalam mengolah data hasil penelitian sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis inferensial dengan menggunakan persamaan garis regresi sederhana.

3.10.1 Analisis Inferensial

Analisis ini merupakan analisis statistik dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti. Adapun langkah-langkah dalam analisis ini meliputi hal-hal berikut:

a. Persamaan Garis Regresi Sederhana

Persamaa ini digunakan untuk menggambarkan pengaruh variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun bentuk persamaan dari regresi sederhana tersebut adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Sugiyono, 2016:261)

Keterangan:

 \hat{Y} : Variabel bebas (kualitas pelayanan) a : Konstanta b : Koefisien regresi X : Variabel terikat (kepuasan konsumen)

Sebelum melakukan persamaan regresi seharusnya diketahui terlebih dahulu a dan b dapat diketahui dengan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum X_i)(\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) - (\sum X_i Y_i)(\sum X_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

(Sugiyono, 2016:262)

b. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis varian regresi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya atau tingkat keeratan komponen variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Adapun rumus analisis varian garis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$R_y = \sqrt{\frac{a \sum XY}{\sum Y^2}}$$

(Sugiyono, 2009:271)

Keterangan:

 R_y = koefisien korelasi antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) a = bilangan koefisien prediktor (X) $\sum XY$ = total variabel X dengan variabel Y

$$\sum Y^2 = \text{total kuadrat variabel Y}$$

Tabel 3.3 Pedoman untuk mengetahui interpretasi terhadap koefisien korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,000 - 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,200 - 0,399 | Rendah |
| 0,400 - 0,599 | Cukup kuat |
| 0,600 - 0,799 | Kuat |
| 0,800 - 1,00 | Sangat Kuat |

(Sugiyono, 2016:231)

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis yang pertama yaitu untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$F_{\text{reg}} = \frac{Ry^2(1)(N-m-1)}{m(1-Ry^2(1))}$$

Keterangan:

F_{reg} = Harga garis regresi

Ry^2 = Koefisien korelasi antara X dan Y

N = Banyaknya responden

M = Jumlah prediktor

I = Bilangan konstan

Setelah ditemukan hasil dari persamaan tersebut maka akan dapat dihitung derajat kebebasan (db). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$db = \frac{m}{N-m-1}$$

setelah hasil perhitungan tersebut diketahui maka dapat dibandingkan dengan F_{tabel} . Dengan hipotesis sebagai berikut :

Kesimpulan :

- a. Jika $F_{hit} \geq F_{tab}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember.
- b. Jika $F_{hit} < F_{tab}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Raja *Tour and Travel* Jember.

d. Efektifitas Garis Regresi

Satandart Error of Estimate digunakan untuk mengukur variasi nilai Y aktual dari garis regresinya. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n-2}}$$

(Hadi,2004:56)

Keterangan:

Y = y aktual

Y_r = y prediksi

n = jumlah

untuk mempermudah pengelolaan dan penganalisisan data yang diperoleh maka penelitian menggunakan program SPSS *for Windows* versi 22.

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Raja Tour And Travel* Jember dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 69,4% dan sisanya yaitu 30,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti seperti harga, promosi, lokasi, dll.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak *Raja Tour And Travel* Jember, kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, hendaknya tetap dipertahankan namun alangkah baiknya untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kedepannya. Konsisten dalam memberikan fasilitas kepada konsumen lainnya agar tidak terjadi persepsi yang berbeda-beda, serta memberikan bonus agar dapat meningkatkan jumlah konsumennya.
2. Bagi peneliti lain, yang akan melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini untuk menambahkan variabel yang digunakan seperti bauran pemasaran (harga, promosi, dan distribusi), *customer relationship marketing* (CRM), dan lainnya yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini, supaya dapat menciptakan penelitian yang lebih baik dan nantinya sebagai tambahan referensi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. 2003. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka cipta
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur penelitian*. Cetakan ke 12. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Dimiyati, M. 2008. *Relationship Marketing*. Malang: Insan Global
- Dimiyati, M. 2009. *Analisis SEM Dalam Uji Pengaruh Beberapa Variabel Terhadap Loyalitas*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Hadi, S. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lupiyoadi,R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi,R. Dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat, dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Costumer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV Andi
- Setiadi, Nugroho. J.2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Timur: Prenada Media
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung: Alfabeta

- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen; Implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swasta, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swasta, Basu dan T. Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, F. 2005. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. 2000. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing
- Tjiptono, F dan Candra,G. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono, F. 2012. *Service Managemen*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono, F. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Umar, H. 2004. *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonosia
- Yuliarmi, Ni Nyoman dan Putu Riyasa, 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Denpasar. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, vol 12, no 1, Hal 9-28

Skripsi

- Eko Setiyawan. 2014. Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wiradasa Abadi Tour And Travel. *Skripsi*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.
- Erick Syarif Rahman. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Cipaganti Group Di Jember. *Skripsi*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.

Muhammad Rifki. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Baraya Travel (Survey Pada Konsumen Baraya Travel). *Skripsi*. Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama.



LAMPIRAN A

MATRIKS PENELITIAN

| Judul | Masalah | Variabel | Indikator | Sumber Data | Metode Penelitian | Hipotesis |
|---|---|---|---|--|---|---|
| Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan (Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour And | Apakah ada pengaruh yang signifikan dari persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Raja Tour And Travel Jember? | Kualitas Pelayana n (X) Kepuasan Konsume n (Y) | <ul style="list-style-type: none"> • Kehandalan • Daya Tanggap • Jaminan • Empati • Bukti Fisik <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemakaian ulang ▪ Rekomendas i dari mulut ke mulut | 1. Responden sebanyak 100 orang 2. Informan : Pengelola dan Konsumen Raja Tour And travel Jember 3. Dokumen yaitu data-data dan sumber dari internet serta | 1. Jenis Penelitian: Penelitian Kuantitatif 2. Metode Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> a. Angket b. Wawancara c. Dokumen 3. Analisis Data <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis inferensial <ol style="list-style-type: none"> a. Persamaan Garis Regresi Sedrehana: $\hat{Y} = a + bX$ b. Analisis varian garis regresi $R_y = \sqrt{\frac{a \sum XY}{\sum Y^2}}$ | Ada pengaruh yang signifikan dari persepsi tentang kualitas pelayanan jasa travel Raja Tour and Travel (Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik) |

| | | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| <p><i>Travel Jember</i></p> | | | | <p>buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian ini.</p> | <p>c. Uji F</p> $F_{\text{reg}} = \frac{Ry^2(1)(N-m-1)}{m(1-Ry^2(1))}$ <p>d. Efektivitas Garis Regresi</p> $Ry^2(1) \times 100\% = \dots\dots\%$ <p>e. Standart Error of Estimate</p> $S_{y,x} = \sqrt{\frac{\sum(Y-Y_r)^2}{n-2}}$ | <p>terhadap kepuasan konsumen Raja <i>Tour and Travel Jember.</i>”</p> |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|

LAMPIRAN B

TUNTUNAN PENELITIAN

Tuntunan Angket

| No | Data yang diraih | Sumber Data |
|----|--|---|
| 1. | Kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) yang diberikan terhadap kepuasan konsumen di Raja <i>Tour and Travel</i> Jember. | Konsumen Raja <i>Tour and Travel</i> Jember |

Tuntunan Wawancara

| No | Data yang diraih | Sumber Data |
|----|--|--|
| 1. | Menanyakan tentang pelayanan yang diberikan pihak Raja <i>Tour and Travel</i> Jember | Pengelola Raja <i>Tour and Travel</i> Jember |
| 2. | Menanyakan tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan di Raja <i>Tour and Travel</i> Jember | Konsumen Raja <i>Tour and Travel</i> Jember |

Tuntunan Dokumen

| No | Data yang diraih | Sumber Data |
|----|---|---|
| 1. | Jumlah Karyawan dan konsumen Raja <i>Tour and Travel</i> Jember | Dokumen dari Raja <i>Tour and Travel</i> Jember |
| 2. | Profil perusahaan Raja <i>Tour and Travel</i> Jember | Dokumen dari Raja <i>Tour and Travel</i> Jember |

LAMPIRAN C

ANGKET PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Saudara

Di

TEMPAT

Dengan hormat,

Dalam upaya menyelesaikan studi strata satu pada FKIP Universitas Jember, peneliti bermaksud menyusun karya tulis ilmiah (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja *Tour and Travel* Jember”**. Peneliti memohon kepada Bapak/Saudara berkenan meluangkan waktu untuk memberikan keterangan dengan menjawab pertanyaan dalam angket ini.

Pengisian daftar pertanyaan ini bersifat bebas dan segala keterangan yang Bapak/Saudara berikan akan peneliti jaga kerahasiaannya. Peneliti mengharapkan Bapak/Saudara mengisi angket sesuai dengan pendapat, keyakinan dan keadaan yang sebenarnya secara jujur agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas kesediaan dan perhatian Bapak/Saudara dalam pengisian angket ini saya sampaikan terima kasih.

Hormat Saya,

Yunita Sari

NIM. 130210301025

ANGKET PENELITIAN

I. Petunjuk Pengisian

- a) Tulislah identitas saudara di tempat yang telah tersedia
- b) Isilah angket di bawah ini dengan menyilang pilihan jawaban yang telah tersedia sesuai dengan pendapat saudara.

II. Identitas Responden

- Nama :
- Umur : Tahun
- Jenis kelamin :
- Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa/i /Pegawai Negeri / Wiraswasta /
Ibu rumah tangga / dan lain-lain *)

Keterangan : *) *Lingkari salah satu*

III. Daftar Pertanyaan yang diajukan

A. Kualitas Pelayanan (X)**1. Kehandalan**

1. Bagaimana menurut anda tentang kesiapan bus pada saat keberangkatan?
 - a. Siap, karena 45 menit sebelum waktu keberangkatan bus sudah standby di tempat
 - b. Cukup siap, karena 30 menit sebelum waktu keberangkatan bus sudah standby di tempat
 - c. Kurang siap, karena 15 menit sebelum waktu keberangkatan bus sudah standby di tempat
 - d. Tidak siap, karena bus tiba ditempat tepat pada waktu keberangkatan
2. Bagaimana menurut anda tentang lama waktu kunjungan ke obyek studi?
 - a. Sesuai, karena lama waktu kunjungan sama dengan jadwal

- b. Cukup sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 15 menit
 - c. Kurang sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 30 menit
 - d. Tidak sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 45 menit
3. Bagaimana menurut anda tentang lama waktu kunjungan ke obyek wisata?
- a. Sesuai, karena lama waktu kunjungan sama dengan jadwal
 - b. Cukup sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 15 menit
 - c. Kurang sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 30 menit
 - d. Tidak sesuai, karena lama waktu kunjungan terlambat sekitar 45 menit
4. Bagaimana menurut anda tentang kemampuan sopir dalam mengemudikan bus selama perjalanan?
- a. Baik, karena sopir mengemudi dengan hati-hati dan tidak kebut-kebutan
 - b. Cukup baik, karena sopir terkadang mengemudi dengan kebut-kebutan
 - c. Kurang baik, karena sopir seringkali mengemudi kebut-kebutan
 - d. Tidak baik, karena sopir kebut-kebutan
5. Bagaimana menurut anda tentang pemberian snack 2 kali sehari pada awal keberangkatan?
- a. Sesuai, karena diberikan 2 kali sehari dengan 2 varian snack
 - b. Cukup sesuai, karena snack diberikan 2 kali sehari tetapi hanya 1 varian snack
 - c. Kurang sesuai, karena snack diberikan 1 kali sehari
 - d. Tidak sesuai, karena snack tidak diberikan
6. Bagaimana menurut anda tentang menu makanan prasmanan yang diberikan oleh pihak travel?
- a. Sesuai, karena pihak travel memberikan menu makanan sama persis dengan permintaan konsumen
 - b. Cukup sesuai, karena ada beberapa menu makanan yang tidak sama persis dengan permintaan konsumen

- c. Kurang sesuai, karena banyak menu makanan yang tidak sama persis dengan permintaan konsumen
 - d. Tidak sesuai, karena menu makanan tidak sama persis dengan permintaan konsumen
7. Bagaimana menurut anda tentang kesesuaian tempat wisata yang akan di kunjungi?
- a. Sesuai, karena kunjungan ke tempat wisata seperti yang telah di sepakati
 - b. Cukup sesuai, karena ada tempat wisata yang tiba-tiba diganti lokasinya
 - c. Kurang sesuai, karena satu tempat wisata tidak dikunjungi
 - d. Tidak sesuai, karena dua tempat wisata tidak dikunjungi
8. Bagaimana menurut anda tentang tempat penginapan yang disediakan oleh pihak Raja tour?
- a. Sesuai, karena penginapan dan fasilitas kamar seperti yang di deskripsikan oleh pihak travel
 - b. Cukup sesuai, karena ada fasilitas kamar yang kurang berfungsi dengan baik
 - c. Kurang sesuai, karena banyak fasilitas kamar yang tidak berfungsi dengan baik serta luas kamar kamar yang kurang sesuai
 - d. Tidak sesuai, penginapan dan fasilitas kamar sama sekali tidak sesuai
9. Bagaimana pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki Tour leader dalam menjawab setiap pertanyaan dari konsumen tentang perjalanan tour?
- a. Baik, karena Tour leader mampu menjawab semua pertanyaan dari konsumen
 - b. Cukup baik, karena ada pertanyaan dari konsumen yang dijawab kurang benar
 - c. Kurang baik, karena banyak pertanyaan dari konsumen yang dijawab kurang benar
 - d. Tidak baik, karena semua pertanyaan dari konsumen dijawab kurang benar

10. Bagaimana menurut anda tentang doorprize yang diberikan pihak Raja tour?
- Sesuai, karena 3 jenis doorprize yang diberikan tepat seperti yang di janjikan
 - Cukup sesuai, karena hanya 2 jenis doorprize yang diberikan
 - Kurang sesuai, karena 1 doorprize yang diberikan
 - Tidak sesuai, doorprize tidak diberikan

1. Daya Tanggap

11. Bagaimana menurut anda tentang kemudahan mendapatkan kejelasan informasi waktu kunjungan dari pihak Raja tour?
- Mudah, karena pihak travel memberikan buku panduan dan informasi secara langsung
 - Cukup mudah, karena pihak travel memberikan buku panduan
 - Kurang mudah, karena konsumen harus bertanya tujuan perjalanan terlebih dahulu
 - Tidak mudah, karena konsumen tidak diberi buku panduan dan informasi secara langsung
12. Bagaimana menurut anda tentang kemudahan mendapatkan kejelasan informasi rute perjalanan dari pihak Raja tour?
- Baik, karena pihak travel memberikan buku panduan dan informasi secara langsung
 - Cukup baik, karena pihak travel memberikan buku panduan
 - Kurang baik, karena konsumen harus bertanya tujuan perjalanan terlebih dahulu
 - Tidak baik, karena konsumen tidak diberi buku panduan dan informasi secara langsung
13. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour dalam memberikan pertolongan ketika konsumen sakit selama perjalanan?

- a. Baik, karena crew travel cepat memberikan pertolongan pertama dengan memberikan obat dan membawa ke pukesmas atau Rumah Sakit terdekat
 - b. Cukup baik, karena crew travel kurang cepat memberikan pertolongan pertama dan membawa ke pukesmas atau Rumah Sakit
 - c. Kurang baik, crew travel sangat lama memberikan pertolongan dan hanya memberikan obat saja
 - d. Tidak baik, crew travel tidak memberikan pertolongan kepada konsumen
14. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour dalam memberikan bantuan tentang penggunaan fasilitas bus?
- a. Baik, karena crew travel cepat memberikan bantuan bagaimana cara mengatur posisi kursi, ac, dan wifi.
 - b. Cukup baik, karena crew travel kurang cepat memberikan bantuan bagaimana cara mengatur posisi kursi, ac, dan wifi.
 - c. Kurang baik, karena crew travel sangat lama memberikan bantuan bagaimana cara mengatur posisi kursi, ac, dan wifi.
 - d. Tidak baik, karena crew travel tidak memberikan bantuan
15. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour dalam menanggapi dan menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen tentang makanan yang diberikan?
- a. Baik, karena crew travel selalu menanggapi dan menangani semua keluhan
 - b. Cukup baik, karena ada keluhan yang tidak ditanggapi tapi tidak ditangani
 - c. Kurang baik, karena banyak keluhan yang ditanggapi tapi tidak ditangani
 - d. Tidak baik, karena keluhan tidak pernah ditanggapi dan ditangani

2. Jaminan

16. Bagaimana tanggapan anda tentang pihak Raja tour dalam mengembalikan barang milik konsumen yang tertinggal di dalam bus?
- Baik, karena pihak travel mengingatkan konsumen untuk mengecek barang-barangnya terlebih dahulu sebelum turun dari bus
 - Cukup baik, karena pihak travel tidak mengingatkan terlebih dahulu tetapi mengembalikan barang milik konsumen
 - Kurang baik, karena ada barang milik konsumen yang tertinggal dan tidak dikembalikan
 - Tidak baik, karena barang milik konsumen tidak pernah dikembalikan
17. Bagaimana menurut anda, tentang pihak raja tour yang memberikan jaminan asuransi keselamatan kepada setiap konsumen?
- Baik, karena tidak hanya jaminan asuransi diberikan kepada setiap orang tetapi juga kondisi fisik dalam dan luar bus yang baik, serta sopir yang tidak kebut-kebutan selama perjalanan
 - Cukup baik, karena jaminan asuransi diberikan kepada setiap orang, kondisi fisik dalam dan luar bus yang baik, terkadang sopir kebut-kebutan selama perjalanan
 - Kurang baik, karena jaminan asuransi diberikan kepada setiap orang, kondisi fisik dalam bus kurang baik, terkadang sopir kebut-kebutan selama perjalanan
 - Tidak baik, karena jaminan asuransi tidak diberikan, kondisi fisik dalam bus kurang baik, dan sopir kebut-kebutan selama perjalanan
18. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour yang bersikap ramah saat melayani konsumen?
- Baik, crew travel saling bertegur sapa dan berbaur dengan konsumen
 - Cukup baik, ada crew travel yang tidak saling bertegur sapa dengan konsumen
 - Kurang baik, banyak crew travel yang tidak bertegur sapa dan berbaur dengan konsumen

- d. Tidak baik, crew travel tidak pernah bertegur sapa dan berbaur dengan konsumen
19. Menurut anda, bagaimana keamanan barang milik konsumen yang ada di dalam bagasi bus?
- a. Aman, karena barang milik konsumen diberi nama pemilik dan sudah ada yang menjaganya
 - b. Cukup aman, karena barang milik konsumen tidak diberi nama tapi ada yang menjaganya
 - c. Kurang aman, karena barang milik konsumen diberi nama pemilik tapi tidak ada yang menjaganya
 - d. Tidak aman, karena barang milik konsumen tidak diberi nama dan tidak ada yang menjaganya

3. Empati

20. Bagaimana menurut anda tentang komunikasi yang di lakukan antara crew travel dengan konsumen?
- a. Baik, karena crew travel menjalin komunikasi dan memahami semua konsumen dengan baik
 - b. Cukup baik, karena crew travel menjalin komunikasi dan hanya memahami beberapa konsumen dengan baik
 - c. Kurang baik, karena crew travel menjalin komunikasi dengan baik tetapi tidak bisa memahami konsumen
 - d. Tidak baik, karena tidak ada komunikasi antara crew travel dengan konsumen
21. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour dalam melayani konsumen?
- a. Memuaskan, karena crew travel bersikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani konsumen
 - b. Cukup memuaskan, karena crew travel bersikap ramah dan sopan dalam melayani, tetapi kurang bersikap sabar pada konsumen

- c. Kurang memuaskan, karena crew travel kurang bersikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani konsumen
 - d. Tidak memuaskan, karena crew travel tidak ramah, sopan, dan sabar dalam melayani konsumen
22. Bagaimana menurut anda tentang crew Raja tour dalam memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial dan melayani anda dengan sopan?
- a. Baik, karena crew travel memberikan perhatian yang sama, tanpa membedakan dan melayani dengan sopan.
 - b. Cukup baik, karena crew travel memberikan perhatian yang sama, tanpa membedakan dan melayani dengan sopan, terkecuali untuk orang yang membutuhkan bantuan lebih (kekurangan fisik).
 - c. Kurang baik, karena crew travel memberikan perhatian individual yang tidak sama terhadap konsumennya.
 - d. Tidak baik, karena crew travel tidak memberikan perhatian apapun.

4. Bukti Fisik

23. Bagaimana menurut anda, kondisi kebersihan bagian dalam maupun luar bus?
- a. Bersih, karena kebersihan bagian dalam dan luar bus selalu dalam kondisi bersih
 - b. Cukup bersih, karena bagian dalam bus bersih meskipun terkadang terdapat sedikit sampah disela-sela kursi
 - c. Kurang bersih, karena bagian dalam bus terdapat banyak sampah yang tidak dibersihkan
 - d. Tidak bersih, karena bagian dalam dan luar bus tidak pernah dibersihkan
24. Bagaimana menurut anda penampilan crew Raja tour?
- a. Baik, karena crew Raja tour memakai seragam dan ID card sebagai tanda pengenal

- b. Cukup baik, karena crew Raja tour memakai seragam tetapi tidak menggunakan ID card sebagai tanda pengenal
 - c. Kurang baik, karena Raja tour terkadang memakai seragam atau ID card sebagai tanda pengenal
 - d. Tidak baik, karena crew Raja tour tidak memakai seragam atau ID card sebagai tanda pengenal
25. Bagaimana menurut anda tentang kondisi fasilitas (AC, wifi, TV, stop kontak, dan alat pengatur posisi tempat duduk) yang disediakan di dalam bus?
- a. Layak, semua kondisi fasilitas lengkap dan berfungsi dengan baik
 - b. Cukup layak, fasilitas lengkap tapi ada yang tidak berfungsi dengan baik
 - c. Kurang layak, banyak fasilitas lengkap dan tidak berfungsi dengan baik
 - d. Tidak layak, fasilitas tidak lengkap dan tidak berfungsi dengan baik
26. Bagaimana menurut anda tentang kelengkapan peralatan kesehatan (kotak P3K) dan kantong plastik yang disediakan oleh pihak travel?
- a. Baik, karena crew travel menyediakan semua kelengkapan obat-obatan dan kantong plastik
 - b. Cukup baik, karena semua kelengkapan obat-obatan disediakan tapi kantong plastik tidak disediakan
 - c. Kurang baik, karena banyak obat-obatan yang tidak disediakan
 - d. Tidak baik, karena peralatan kesehatan dan kantong plastik tidak disediakan.

B Kepuasan (Y)

a. Pemakaian ulang

27. Apakah saudara merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Raja tour sehingga suatu saat berkeinginan menggunakan kembali jasa tersebut pada kesempatan lain?
- a. Puas, sehingga saya ingin menggunakan jasa Raja tour kembali

- b. Cukup puas, saya akan mempertimbangkan menggunakan jasa Raja tour kembali
 - c. Kurang puas, saya kurang yakin untuk menggunakan jasa Raja tour kembali
 - d. Tidak puas, saya tidak akan menggunakan jasa Raja tour kembali
28. Apakah anda akan memakai jasa Raja *Tour and Travel* Jember secara pribadi maupun lembaga kedepannya?
- a. Sering, saya akan menggunakan dan menikmati lagi jasa yang diberikan Raja tour
 - b. Kadang-kadang, saya akan menggunakan Raja Tour jika perjalanan jauh saja
 - c. Jarang, saya akan menggunakan travel lain saat berwisata
 - d. Tidak pernah, saya tidak akan menggunakan Raja tour kembali

b. Rerekomendasi dari mulut ke mulut

29. Setelah menggunakan jasa Raja tour apakah anda ingin menginformasikan Raja *Tour and Travel* Jember kepada orang lain?
- a. Saya akan menginformasikan Raja tour kepada teman, sahabat, dan keluarga.
 - b. Saya akan mempertimbangkan untuk menginformasikan Raja tour kepada teman, sahabat, dan keluarga.
 - c. Saya kurang yakin untuk menginformasikan Raja tour kepada teman, sahabat, dan keluarga.
 - d. Saya tidak yakin untuk menginformasikan Raja tour kepada teman, sahabat, dan keluarga..
30. Setelah menggunakan serta menikmati layanan jasa yang diberikan, apakah anda akan mengatakan hal positif tentang Raja *Tour and Travel* Jember kepada orang lain.
- a. Saya akan mengatakan hal positif tentang Raja tour kepada teman, kerabat dan saudara

- b. Saya akan menyarankan kepada kepada teman, kerabat dan saudara tentang Raja tour.
- c. Saya ragu untuk mempromosikan Raja tour kepada kepada teman, kerabat dan saudara.
- d. Saya akan mengatakan untuk menggunakan travel lain

***** TERIMAKASIH ATAS KERJASAMA SAUDARA *****



LAMPIRAN D

PEDOMAN WAWANCARA

- A. Wawancara ditujukan kepada pengelola Raja Tour and Travel Jember sebagai informan, adapun pertanyaan yang akan diajukan antara lain :
1. Pada tahun berapa perusahaan Raja *Tour and Travel* Jember didirikan?
 2. Ada berapa banyak jumlah karyawan di Raja *Tour and Travel* Jember?
 3. Bagaimana cara anda menjaga agar konsumen tetap menggunakan jasa Raja *Tour and Travel* Jember?
- B. Wawancara ditujukan kepada konsumen Raja *Tour and Travel* Jember sebagai responden, adapun pertanyaan yang akan diajukan antara lain :
1. Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa Raja *Tour and Travel* Jember dalam kegiatan study dan tour anda, mengapa tidak perusahaan jasa yang lainnya?
 2. Bagaimanakah menurut anda mengenai Profil dari perusahaan tersebut di Kabupaten Jember?
 3. Apakah pihak travel menjemput dan mengantarkan konsumen pada lokasi yang dituju dengan tepat waktu?
 - a. Bagaimana menurut anda mengenai fasilitas yang diberikan oleh Raja *Tour and Travel* Jember?

LAMPIRAN E

DATA RESPONDEN

| No | Nama | Umur | Jenis Kelamin | Pekerjaan |
|----|------------------------|------|---------------|------------------|
| 1 | Suhartabi, S.E | 50 | L | PNS |
| 2 | Budi Utomo | 55 | L | PNS |
| 3 | Ri Astutik | 63 | P | PNS |
| 4 | Sulis Priyadi | 48 | L | PNS |
| 5 | Heri Listiantoro | 51 | L | PNS |
| 6 | Eko Wahyu Septanto | 39 | L | PNS |
| 7 | Yoyok Subagiono | 51 | L | PNS |
| 8 | Endang Wahyuningsih | 51 | P | PNS |
| 9 | Dina | 52 | P | PNS |
| 10 | Siti Aminatus Zulriyah | 57 | P | PNS |
| 11 | Ita Wahyuni | 46 | P | PNS |
| 12 | Soehadiah | 48 | P | PNS |
| 13 | Wiwik Dewi Wjiani | 49 | P | Wiraswasta |
| 14 | Tukiyem | 55 | P | Wiraswasta |
| 15 | Dewi Saptorini | 50 | P | Wiraswasta |
| 16 | Yuli Evi P | 39 | P | Wiraswasta |
| 17 | Ali Wafa | 50 | L | Wiraswasta |
| 18 | Alfia | 40 | P | Wiraswasta |
| 19 | Warsono | 50 | L | Wiraswasta |
| 20 | Gatot Endra | 58 | P | Wiraswasta |
| 21 | Ernis | 55 | P | Wiraswasta |
| 22 | Coco agus Suryantoko | 48 | L | Wiraswasta |
| 23 | Yuni Erfan | 48 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 24 | Irene | 57 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 25 | Titin | 54 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 26 | Titik Nini suciati | 65 | P | Ibu Rumah Tangga |

| | | | | |
|----|----------------------|----|---|------------------|
| 27 | Sri Martini | 62 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 28 | Khusnul Khotimah | 50 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 29 | Triningsih | 67 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 30 | Hartini Hartono | 59 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 31 | K. Budi Purwati | 53 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 32 | Qurotul Aini | 59 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 33 | Yeni Diana Wati | 48 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 34 | Sisilia Retno Sri R | 54 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 35 | Ontoretno Y. R | 47 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 36 | Luqi Khoiriyah L | 33 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 37 | Yuliam | 52 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 38 | Susi Kristiandari | 43 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 39 | Hawaiyah | 46 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 40 | N. Sulis Was Irianti | 53 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 41 | Fierda Maya M | 35 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 42 | Ainiatur Rosidah | 45 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 43 | Titik Suryawati | 52 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 44 | Siti Nurholis | 48 | P | Ibu Rumah Tangga |
| 45 | Aryanti Rukmana | 22 | P | Mahasiswa |
| 46 | Nurul Afikhoh | 22 | P | Mahasiswa |
| 47 | Yoga Kurniawan | 23 | L | Mahasiswa |
| 48 | Agus Irawan | 22 | L | Mahasiswa |
| 49 | Rima Meilana | 22 | P | Mahasiswa |
| 50 | Reza Ramadhan | 22 | L | Mahasiswa |
| 51 | Farida Komalasari | 22 | P | Mahasiswa |
| 52 | Muhammad Sofyan H | 22 | L | Mahasiswa |
| 53 | Saiful Bahri | 23 | L | Mahasiswa |
| 54 | Maulana Rifa' | 23 | L | Mahasiswa |
| 55 | Peni Puji Lestari | 23 | P | Mahasiswa |
| 56 | Amilus Sholihah | 23 | P | Mahasiswa |

| | | | | |
|----|--------------------------|----|---|-----------|
| 57 | Nila Mei Fajrin Tiana | 23 | P | Mahasiswa |
| 58 | Siska Hidayatullah | 22 | P | Mahasiswa |
| 59 | Paradita Arliana | 22 | P | Mahasiswa |
| 60 | Abdul Malik | 23 | L | Mahasiswa |
| 61 | Intan Akino Baba | 23 | P | Mahasiswa |
| 62 | Elsinta Agustin | 22 | P | Mahasiswa |
| 63 | Putri Karuniawati | 21 | P | Mahasiswa |
| 64 | Angga Kurniawan P | 21 | L | Mahasiswa |
| 65 | Dwi Purwati | 22 | P | Mahasiswa |
| 66 | Arin Nanda Rindiani | 23 | P | Mahasiswa |
| 67 | Erick Surya HW | 22 | L | Mahasiswa |
| 68 | Wiwit Sudarwanto | 21 | L | Mahasiswa |
| 69 | Aga Ditya Pratama S | 23 | L | Mahasiswa |
| 70 | Novita Sari | 22 | P | Mahasiswa |
| 71 | Ayu Septiya Wahyuni | 22 | P | Mahasiswa |
| 72 | Vindy Ratna Fidia | 23 | P | Mahasiswa |
| 73 | Anton | 21 | L | Mahasiswa |
| 74 | Muhammad Irwan I | 23 | L | Mahasiswa |
| 75 | Muhammad Alimun | 21 | L | Mahasiswa |
| 76 | Andre Bagus Setiawan | 23 | L | Mahasiswa |
| 77 | Sinta S | 23 | P | Mahasiswa |
| 78 | Nurotul Fajriyah | 21 | P | Mahasiswa |
| 79 | Filia | 21 | P | Mahasiswa |
| 80 | Rafida Faiza Almira | 22 | P | Mahasiswa |
| 81 | Adinda Maulina Salsabila | 21 | P | Mahasiswa |
| 82 | Aldo Putra Pratama | 22 | P | Mahasiswa |
| 83 | Fandi | 22 | L | Mahasiswa |
| 84 | Rafika Jeanina Kustanto | 22 | P | Mahasiswa |
| 85 | Rizal Dwi Kurniawan | 21 | L | Mahasiswa |
| 86 | Nurvita Faridah A | 21 | P | Mahasiswa |

| | | | | |
|-----|--------------------------|----|---|-----------|
| 87 | Meryana Putri | 23 | P | Mahasiswa |
| 88 | Firmansyah | 21 | L | Mahasiswa |
| 89 | Dea Regina Larasati | 21 | P | Mahasiswa |
| 90 | Jesinta Dwi Lestari | 22 | P | Mahasiswa |
| 91 | Nadine Ayla Fatihah | 23 | P | Mahasiswa |
| 92 | Ramadhani Brilliant Rozi | 21 | L | Mahasiswa |
| 93 | Aurelia Ifhtifarinda | 22 | P | Mahasiswa |
| 94 | Rizka Rifati Faradila | 22 | P | Mahasiswa |
| 95 | Gebby Desindra Pradita | 22 | P | Mahasiswa |
| 96 | Indrianti Apriliyanti | 21 | P | Mahasiswa |
| 97 | Tri Novita Rahmawati | 22 | P | Mahasiswa |
| 98 | Marcela Hermawati | 21 | P | Mahasiswa |
| 99 | Sri Suwarni Umar | 52 | P | Lain-lain |
| 100 | Husnul Hotimah | 50 | P | Lain-lain |

LAMPIRAN F

HASIL REKAPITULASI ANGKET

| No. | Kehandalan | | | | | | | | | | Daya Tanggap | | | | | Jaminan | | | | Empati | | | Bukti Fisik | | | | Jumlah |
|-----|------------|----|-----|----|---|----|-----|------|----|---|--------------|----|-----|----|---|---------|----|-----|----|--------|----|-----|-------------|----|-----|----|--------|
| | I | II | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX | X | I | II | III | IV | V | I | II | III | IV | I | II | III | I | II | III | IV | |
| 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 88 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 101 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 92 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 101 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 100 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 102 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 103 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 99 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 103 |
| 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 91 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 88 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 102 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 100 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 104 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 102 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 95 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 101 |
| 18 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 88 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 95 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 102 | |
| 21 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 90 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 91 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 103 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 104 |
| 25 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 91 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 103 |
| 27 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 91 |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 93 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 96 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 100 |
| 31 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 91 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 102 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 104 |
| 34 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 92 |
| 35 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 91 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 75 |
| 37 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 96 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 95 |
| 39 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 91 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 104 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 97 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 96 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 100 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 100 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 103 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 101 |

LAMPIRAN F

HASIL REKAPITULASI ANGKET

| No | Kepuasan Konsumen | | | | Jumlah |
|----|-------------------|----|---------------------------------|----|--------|
| | Pemakaian Ulang | | Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut | | |
| | I | II | I | II | |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 10 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 18 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 21 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 22 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 25 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 37 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 38 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 49 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 50 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 58 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 64 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 66 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 67 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 77 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 78 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |

| | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|
| 79 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 86 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 99 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 100 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |

LAMPIRAN G

HASIL TABULASI DATA

| No. | Variabel | | Jumlah |
|-----|----------|----|--------|
| | X | Y | |
| 1 | 88 | 12 | 100 |
| 2 | 101 | 16 | 117 |
| 3 | 92 | 12 | 104 |
| 4 | 101 | 16 | 117 |
| 5 | 100 | 14 | 114 |
| 6 | 102 | 15 | 117 |
| 7 | 103 | 16 | 119 |
| 8 | 99 | 16 | 115 |
| 9 | 103 | 16 | 119 |
| 10 | 91 | 14 | 105 |
| 11 | 88 | 13 | 101 |
| 12 | 102 | 16 | 118 |
| 13 | 100 | 16 | 116 |
| 14 | 104 | 16 | 120 |
| 15 | 102 | 16 | 118 |
| 16 | 95 | 15 | 110 |
| 17 | 101 | 16 | 117 |
| 18 | 88 | 13 | 101 |
| 19 | 95 | 15 | 110 |
| 20 | 102 | 16 | 118 |
| 21 | 90 | 15 | 105 |
| 22 | 91 | 13 | 104 |
| 23 | 103 | 15 | 118 |
| 24 | 104 | 16 | 120 |
| 25 | 91 | 14 | 105 |
| 26 | 103 | 16 | 119 |
| 27 | 91 | 16 | 107 |
| 28 | 93 | 15 | 108 |
| 29 | 96 | 15 | 111 |
| 30 | 100 | 16 | 116 |
| 31 | 91 | 15 | 106 |

| | | | |
|----|-----|----|-----|
| 32 | 102 | 16 | 118 |
| 33 | 104 | 16 | 120 |
| 34 | 92 | 15 | 107 |
| 35 | 91 | 16 | 107 |
| 36 | 75 | 12 | 87 |
| 37 | 96 | 14 | 110 |
| 38 | 95 | 13 | 108 |
| 39 | 91 | 16 | 107 |
| 40 | 104 | 16 | 120 |
| 41 | 97 | 16 | 113 |
| 42 | 96 | 14 | 110 |
| 43 | 100 | 16 | 116 |
| 44 | 100 | 16 | 116 |
| 45 | 103 | 16 | 119 |
| 46 | 101 | 14 | 115 |
| 47 | 96 | 14 | 110 |
| 48 | 96 | 13 | 109 |
| 49 | 102 | 15 | 117 |
| 50 | 95 | 13 | 108 |
| 51 | 102 | 15 | 117 |
| 52 | 92 | 14 | 106 |
| 53 | 94 | 15 | 109 |
| 54 | 96 | 16 | 112 |
| 55 | 91 | 14 | 105 |
| 56 | 99 | 14 | 113 |
| 57 | 98 | 16 | 114 |
| 58 | 99 | 14 | 113 |
| 59 | 92 | 14 | 106 |
| 60 | 87 | 13 | 100 |
| 61 | 102 | 16 | 118 |
| 62 | 103 | 16 | 119 |
| 63 | 104 | 16 | 120 |
| 64 | 94 | 13 | 107 |
| 65 | 94 | 13 | 107 |
| 66 | 96 | 14 | 110 |
| 67 | 98 | 13 | 111 |
| 68 | 99 | 15 | 114 |
| 69 | 92 | 12 | 104 |
| 70 | 104 | 16 | 120 |

| | | | |
|-----|-----|----|-----|
| 71 | 102 | 15 | 117 |
| 72 | 104 | 16 | 120 |
| 73 | 99 | 15 | 114 |
| 74 | 94 | 13 | 107 |
| 75 | 97 | 16 | 113 |
| 76 | 95 | 13 | 108 |
| 77 | 92 | 15 | 107 |
| 78 | 88 | 13 | 101 |
| 79 | 94 | 15 | 109 |
| 80 | 104 | 16 | 120 |
| 81 | 104 | 16 | 120 |
| 82 | 103 | 16 | 119 |
| 83 | 102 | 16 | 118 |
| 84 | 104 | 16 | 120 |
| 85 | 104 | 16 | 120 |
| 86 | 101 | 14 | 115 |
| 87 | 104 | 16 | 120 |
| 88 | 102 | 16 | 118 |
| 89 | 103 | 16 | 119 |
| 90 | 104 | 16 | 120 |
| 91 | 104 | 16 | 120 |
| 92 | 103 | 16 | 119 |
| 93 | 104 | 16 | 120 |
| 94 | 104 | 16 | 120 |
| 95 | 104 | 16 | 120 |
| 96 | 104 | 16 | 120 |
| 97 | 104 | 16 | 120 |
| 98 | 101 | 16 | 117 |
| 99 | 100 | 14 | 114 |
| 100 | 102 | 15 | 117 |

LAMPIRAN H. Hasil Analisis Data

Hasil Uji Validitas

Correlations

| | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1 | Pearson Correlation | 1 | ,181 | ,286** | ,131 | ,286** | ,003 | ,007 | ,460** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,071 | ,004 | ,195 | ,004 | ,975 | ,941 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2 | Pearson Correlation | ,181 | 1 | ,691** | ,063 | -,070 | -,016 | ,458** | ,401** |
| | Sig. (2-tailed) | ,071 | | ,000 | ,536 | ,491 | ,876 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3 | Pearson Correlation | ,286** | ,691** | 1 | ,038 | ,120 | ,047 | ,374** | ,526** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,000 | | ,709 | ,236 | ,640 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4 | Pearson Correlation | ,131 | ,063 | ,038 | 1 | ,103 | ,154 | -,034 | ,526** |
| | Sig. (2-tailed) | ,195 | ,536 | ,709 | | ,306 | ,126 | ,739 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X5 | Pearson Correlation | ,286** | -,070 | ,120 | ,103 | 1 | ,204* | ,096 | ,400** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,491 | ,236 | ,306 | | ,042 | ,340 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X6 | Pearson Correlation | ,003 | -,016 | ,047 | ,154 | ,204* | 1 | ,035 | ,315** |
| | Sig. (2-tailed) | ,975 | ,876 | ,640 | ,126 | ,042 | | ,729 | ,001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X7 | Pearson Correlation | ,007 | ,458** | ,374** | -,034 | ,096 | ,035 | 1 | ,306** |
| | Sig. (2-tailed) | ,941 | ,000 | ,000 | ,739 | ,340 | ,729 | | ,002 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X | Pearson Correlation | ,460** | ,401** | ,526** | ,526** | ,400** | ,315** | ,306** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 | ,002 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Correlations

| | | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 | X |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X8 | Pearson Correlation | 1 | ,307** | ,128 | ,236* | ,273** | ,035 | ,192 | ,599** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,002 | ,204 | ,018 | ,006 | ,728 | ,056 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X9 | Pearson Correlation | ,307** | 1 | ,186 | ,181 | ,468** | ,307** | ,353** | ,586** |
| | Sig. (2-tailed) | ,002 | | ,064 | ,072 | ,000 | ,002 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X10 | Pearson Correlation | ,128 | ,186 | 1 | ,239* | ,214* | ,159 | ,298** | ,518** |
| | Sig. (2-tailed) | ,204 | ,064 | | ,017 | ,032 | ,113 | ,003 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X11 | Pearson Correlation | ,236* | ,181 | ,239* | 1 | ,219* | -,081 | ,033 | ,377** |
| | Sig. (2-tailed) | ,018 | ,072 | ,017 | | ,029 | ,420 | ,747 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X12 | Pearson Correlation | ,273** | ,468** | ,214* | ,219* | 1 | ,256* | ,169 | ,437** |
| | Sig. (2-tailed) | ,006 | ,000 | ,032 | ,029 | | ,010 | ,092 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X13 | Pearson Correlation | ,035 | ,307** | ,159 | -,081 | ,256* | 1 | ,408** | ,382** |
| | Sig. (2-tailed) | ,728 | ,002 | ,113 | ,420 | ,010 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X14 | Pearson Correlation | ,192 | ,353** | ,298** | ,033 | ,169 | ,408** | 1 | ,478** |
| | Sig. (2-tailed) | ,056 | ,000 | ,003 | ,747 | ,092 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X | Pearson Correlation | ,599** | ,586** | ,518** | ,377** | ,437** | ,382** | ,478** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Correlations

| | | X15 | X16 | X17 | X18 | X19 | X20 | X |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X15 | Pearson Correlation | 1 | ,262** | ,116 | ,313** | ,202* | ,553** | ,612** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,009 | ,249 | ,002 | ,044 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X16 | Pearson Correlation | ,262** | 1 | ,262** | ,504** | ,448** | ,313** | ,528** |
| | Sig. (2-tailed) | ,009 | | ,009 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X17 | Pearson Correlation | ,116 | ,262** | 1 | ,042 | ,202* | ,078 | ,284** |
| | Sig. (2-tailed) | ,249 | ,009 | | ,678 | ,044 | ,439 | ,004 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X18 | Pearson Correlation | ,313** | ,504** | ,042 | 1 | ,132 | ,361** | ,576** |
| | Sig. (2-tailed) | ,002 | ,000 | ,678 | | ,191 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X19 | Pearson Correlation | ,202* | ,448** | ,202* | ,132 | 1 | ,227* | ,523** |
| | Sig. (2-tailed) | ,044 | ,000 | ,044 | ,191 | | ,023 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X20 | Pearson Correlation | ,553** | ,313** | ,078 | ,361** | ,227* | 1 | ,573** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,001 | ,439 | ,000 | ,023 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X | Pearson Correlation | ,612** | ,528** | ,284** | ,576** | ,523** | ,573** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,004 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Correlations

| | | X21 | X22 | X23 | X24 | X25 | X26 | X |
|-----|---------------------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|
| X21 | Pearson Correlation | 1 | ,439** | ,308** | ,308** | ,378** | ,467** | ,694** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,002 | ,002 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X22 | Pearson Correlation | ,439** | 1 | ,320** | ,320** | ,278** | ,209* | ,564** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,001 | ,001 | ,005 | ,037 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X23 | Pearson Correlation | ,308** | ,320** | 1 | 1,000** | ,223* | ,306** | ,526** |
| | Sig. (2-tailed) | ,002 | ,001 | | ,000 | ,026 | ,002 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X24 | Pearson Correlation | ,308** | ,320** | 1,000** | 1 | ,223* | ,306** | ,526** |
| | Sig. (2-tailed) | ,002 | ,001 | ,000 | | ,026 | ,002 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X25 | Pearson Correlation | ,378** | ,278** | ,223* | ,223* | 1 | ,221* | ,474** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,005 | ,026 | ,026 | | ,027 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X26 | Pearson Correlation | ,467** | ,209* | ,306** | ,306** | ,221* | 1 | ,577** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,037 | ,002 | ,002 | ,027 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X | Pearson Correlation | ,694** | ,564** | ,526** | ,526** | ,474** | ,577** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Correlations

| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | ,132 | ,361** | ,571** | ,722** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,191 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y2 | Pearson Correlation | ,132 | 1 | ,227* | ,449** | ,616** |
| | Sig. (2-tailed) | ,191 | | ,023 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y3 | Pearson Correlation | ,361** | ,227* | 1 | ,304** | ,680** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,023 | | ,002 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y4 | Pearson Correlation | ,571** | ,449** | ,304** | 1 | ,824** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,002 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y | Pearson Correlation | ,722** | ,616** | ,680** | ,824** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

LAMPIRAN H

Hasil Uji Reliabilitas
Scale : ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,867 | 26 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| soal1 | 94,36 | 28,778 | ,383 | ,863 |
| soal2 | 94,22 | 29,567 | ,340 | ,864 |
| soal3 | 94,30 | 28,677 | ,463 | ,861 |
| soal4 | 94,41 | 28,689 | ,463 | ,861 |
| soal5 | 94,33 | 29,496 | ,336 | ,864 |
| soal6 | 94,45 | 29,664 | ,232 | ,868 |
| soal7 | 94,28 | 29,901 | ,235 | ,867 |
| soal8 | 94,29 | 28,774 | ,553 | ,859 |
| soal9 | 94,36 | 28,536 | ,531 | ,859 |
| soal10 | 94,49 | 27,283 | ,405 | ,866 |
| soal11 | 94,34 | 29,358 | ,299 | ,866 |
| soal12 | 94,30 | 29,424 | ,378 | ,863 |
| soal13 | 94,38 | 29,470 | ,312 | ,865 |
| soal14 | 94,45 | 28,856 | ,409 | ,862 |
| soal15 | 94,38 | 28,339 | ,559 | ,858 |
| soal16 | 94,27 | 29,169 | ,480 | ,861 |
| soal17 | 94,38 | 29,955 | ,209 | ,868 |
| soal18 | 94,25 | 29,098 | ,533 | ,860 |
| soal19 | 94,24 | 29,356 | ,479 | ,861 |
| soal20 | 94,30 | 28,838 | ,523 | ,859 |
| soal21 | 94,31 | 28,256 | ,655 | ,856 |
| soal22 | 94,33 | 28,749 | ,511 | ,859 |
| soal23 | 94,41 | 28,689 | ,463 | ,861 |
| soal24 | 94,41 | 28,689 | ,463 | ,861 |
| soal25 | 94,44 | 28,895 | ,405 | ,862 |
| soal26 | 94,32 | 28,462 | ,520 | ,859 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 98,12 | 31,157 | 5,582 | 26 |

LAMPIRAN H

Hasil Uji Reliabilitas
Scale : ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,676 | 4 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y1 | 11,51 | ,677 | ,495 | ,588 |
| Y2 | 11,50 | ,758 | ,355 | ,671 |
| Y3 | 11,56 | ,673 | ,385 | ,661 |
| Y4 | 11,57 | ,551 | ,616 | ,492 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 15,38 | 1,066 | 1,033 | 4 |

LAMPIRAN H

Frequency Table

X1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 2 | 1 | 1,0 | 1,0 | 2,0 |
| 3 | 19 | 19,0 | 19,0 | 21,0 |
| 4 | 79 | 79,0 | 79,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 3 | 7 | 7,0 | 7,0 | 8,0 |
| 4 | 92 | 92,0 | 92,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 3 | 15 | 15,0 | 15,0 | 16,0 |
| 4 | 84 | 84,0 | 84,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 29 | 29,0 | 29,0 | 29,0 |
| 4 | 71 | 71,0 | 71,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X5

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 21 | 21,0 | 21,0 | 21,0 |
| 4 | 79 | 79,0 | 79,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X6

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2 | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 3 | 31 | 31,0 | 31,0 | 32,0 |
| 4 | 68 | 68,0 | 68,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

| | | | | |
|---------|-----|-------|-------|-------|
| Valid 2 | 2 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| 3 | 12 | 12,0 | 12,0 | 14,0 |
| 4 | 86 | 86,0 | 86,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X8

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 17 | 17,0 | 17,0 | 17,0 |
| 4 | 83 | 83,0 | 83,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X9

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 24 | 24,0 | 24,0 | 24,0 |
| 4 | 76 | 76,0 | 76,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X10

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 6 | 6,0 | 6,0 | 6,0 |
| 3 | 19 | 19,0 | 19,0 | 25,0 |
| 4 | 75 | 75,0 | 75,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X11

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 3 | 19 | 19,0 | 19,0 | 20,0 |
| 4 | 80 | 80,0 | 80,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X12

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 18 | 18,0 | 18,0 | 18,0 |
| 4 | 82 | 82,0 | 82,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X13

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 26 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| 4 | 74 | 74,0 | 74,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X14

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 33 | 33,0 | 33,0 | 33,0 |
| 4 | 67 | 67,0 | 67,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X15

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 26 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| 4 | 74 | 74,0 | 74,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X16

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 15 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| 4 | 85 | 85,0 | 85,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X17

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 26 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| 4 | 74 | 74,0 | 74,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X18

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 13 | 13,0 | 13,0 | 13,0 |
| 4 | 87 | 87,0 | 87,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X19

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 12 | 12,0 | 12,0 | 12,0 |
| 4 | 88 | 88,0 | 88,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X20

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 18 | 18,0 | 18,0 | 18,0 |
| 4 | 82 | 82,0 | 82,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X21

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 19 | 19,0 | 19,0 | 19,0 |
| 4 | 81 | 81,0 | 81,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X22

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 21 | 21,0 | 21,0 | 21,0 |
| 4 | 79 | 79,0 | 79,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X23

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 29 | 29,0 | 29,0 | 29,0 |
| 4 | 71 | 71,0 | 71,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X24

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 29 | 29,0 | 29,0 | 29,0 |
| 4 | 71 | 71,0 | 71,0 | 100,0 |
| Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X25

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 32 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| | 4 | 68 | 68,0 | 68,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

X26

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 2 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | 3 | 16 | 16,0 | 16,0 | 18,0 |
| | 4 | 82 | 82,0 | 82,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Y1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 13 | 13,0 | 13,0 | 13,0 |
| | 4 | 87 | 87,0 | 87,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Y2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 12 | 12,0 | 12,0 | 12,0 |
| | 4 | 88 | 88,0 | 88,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Y3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 18 | 18,0 | 18,0 | 18,0 |
| | 4 | 82 | 82,0 | 82,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Y4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 19 | 19,0 | 19,0 | 19,0 |
| | 4 | 81 | 81,0 | 81,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

LAMPIRAN H

Hasil Uji Regresi

Regression

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-------------------|-------|----------------|-----|
| KepuasanKonsumen | 15,38 | 1,033 | 100 |
| KualitasPelayanan | 98,12 | 5,582 | 100 |

Correlations

| | | KepuasanKonsumen | KualitasPelayanan |
|---------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Pearson Correlation | KepuasanKonsumen | 1,000 | ,833 |
| | KualitasPelayanan | ,833 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | KepuasanKonsumen | . | ,000 |
| | KualitasPelayanan | ,000 | . |
| N | KepuasanKonsumen | 100 | 100 |
| | KualitasPelayanan | 100 | 100 |

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | KualitasPelayanan ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. All requested variables entered.

LAMPIRAN H

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | ,833 ^a | ,694 | ,691 | ,574 | ,694 | 222,495 | 1 | 98 | ,000 | 1,747 |

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 73,282 | 1 | 73,282 | 222,495 | ,000 ^b |
| | Residual | 32,278 | 98 | ,329 | | |
| | Total | 105,560 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B | | Correlations | | | Collinearity Statistics | | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|---------------------------------|-------------|--------------|---------|------|-------------------------|-------|--|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Lower Bound | Upper Bound | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF | |
| 1 | (Constant) | ,256 | 1,016 | | ,252 | ,801 | -1,759 | 2,272 | | | | | | |
| | KualitasPelayanan | ,154 | ,010 | ,833 | 14,916 | ,000 | ,134 | ,175 | ,833 | ,833 | ,833 | 1,000 | 1,000 | |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

LAMPIRAN I

TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada pemilik sekaligus pengelola Raja Tour And Travel Jember yang menjadi informan dalam penelitian ini.

- Peneliti : Permissi pak, mohon maaf mengganggu waktunya.
- Pemilik : *Iya mbak, ada yang bisa saya bantu?*
- Peneliti : Begini pak, saya melakukan penelitian buat tugas akhir untuk menanyakan persepsi tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Raja Tour And Travel Jember sebagai salah satu perusahaan biro jasa perjalanan wisata yang ada di Kabupaten Jember, apakah mbak bisa bantu saya?
- Responden : *“Iya mbak, saya bisa. Apa yang mau ditanyakan”.*
- Peneliti : Pada tahun berapa perusahaan Raja *Tour And Travel* Jember didirikan?
- Pemilik : *“..Raja Tour And Travel Jember adalah salah satu anak usaha CV Kaliandra Jember yang berdiri pada bulan April 2009 mbak.”*
- Peneliti : Ada berapa banyak jumlah karyawan di Raja *Tour And Travel* Jember?
- Pemilik : *“Ada delapan orang mbak, masing-masing dengan profesi/keahlian sebagai Tour planer, Marketing, Administrasi, Dokumentasi, dan Tour Leader”.*
- Peneliti : Bagaimana cara anda menjaga agar konsumen tetap menggunakan jasa Raja *Tour And Travel* Jember?
- Pemilik : *“Menurut saya, dengan konsisten memberikan pelayanan sesuai dengan yang ditawarkan dan dijanjikan sebelumnya. Memberikan pelayanan dalam hal kenyamanan untuk para konsumen, menerima kritik dan saran dari konsumen, bersikap ramah, sopan, murah senyum dan dengan sabar melayani konsumen yang banyak dengan karakter yang berbeda-beda mbak. Kami juga selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik jika ada keluhan dari konsumen”.*

LAMPIRAN I

TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada salah satu responden Raja Tour And Travel Jember yang menjadi informan dalam penelitian ini.

- Peneliti : Permissi buk, mohon maaf mengganggu waktunya
- Responden : *“Iya mbak gakpapa, ada yang bisa saya bantu?”*
- Peneliti : Begini mbak, saya melakukan penelitian buat tugas akhir untuk menanyakan persepsi tentang kualitas pelayanan pada anda yang sudah melaksanakan PKL menggunakan jasa Raja Tour And Travel Jember, apakah mbak bisa bantu saya?
- Responden : *“Iya mbak, saya bisa”.*
- Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa Raja Tour And Travel Jember dalam kegiatan study dan tour anda, mengapa tidak perusahaan jasa lainnya?
- Responden : *“Yang membuat saya tertarik dari Rajatour ya awalnya dari mulut ke mulut juga, karena awalnya dari kakak angkatan sebelumnya yang sudah menggunakan jasa travel tersebut mbak. Dan dari penawarannya yang menarik meskipun semua perusahaan yang berbeda menawarkan fasilitas yang sama akan tetapi dilihat dari pengalaman mereka selama membawa rombongan”.*
- Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai Profil dari perusahaan tersebut di Kabupatten Jember?
- Responden : *“Pada saat presentasi mereka sudah menjelaskan legalitas mereka sebagai biro perjalanan wisata di Kabupaten Jember, dan menunjukkan pengalaman mereka mengantarkan beberapa rombongan tour mulai dari instansi, sekolah, hingga mahasiswa yang tidak hanya di Kabupaten Jember saja.*

Peneliti : Apakah pihak travel menjemput dan mengantarkan konsumen pada lokasi yang dituju dengan tepat waktu?

Responden : *“Pada saat pemberangkatan, pihak Raja tour sudah tiba di lokasi penjemputan sebelum para peserta tour datang. Dan pihak travel juga mengantarkan peserta ke berbagai tempat yang dituju sesuai keinginan peserta dan juga sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati”.*

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai fasilitas yang diberikan oleh Raja Tour And Travel Jember?

Responden : *“Fasilitas yang diberikan oleh Raja toursesuai dengan yang dijanjikan dan sesuai ddengan yang kami harapkan, misalnya fasilitas bus yang berfungsi dengan baik, fasilitas hotel yang sesuai dengan yang ditawarkan, bersih dan nyaman untuk beristirahat. Pelayanan yang baik, semua crew nya sangat ramah dan sopan, dapat dilihat dari dari perilaku, cara berbicara dan berpakaianya yang rapi dan kompak”.*

LAMPIRAN J

Tabel
Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment
Pada Sig.0,05 (Two Tail)
df = (N-2)

| N | r | N | r | N | r | N | R | N | R | N | R |
|----|-------|----|-------|-----------|--------------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|
| 1 | 0.997 | 41 | 0.301 | 81 | 0.216 | 121 | 0.177 | 161 | 0.154 | 201 | 0.138 |
| 2 | 0.95 | 42 | 0.297 | 82 | 0.215 | 122 | 0.176 | 162 | 0.153 | 202 | 0.137 |
| 3 | 0.878 | 43 | 0.294 | 83 | 0.213 | 123 | 0.176 | 163 | 0.153 | 203 | 0.137 |
| 4 | 0.811 | 44 | 0.291 | 84 | 0.212 | 124 | 0.175 | 164 | 0.152 | 204 | 0.137 |
| 5 | 0.754 | 45 | 0.288 | 85 | 0.211 | 125 | 0.174 | 165 | 0.152 | 205 | 0.136 |
| 6 | 0.707 | 46 | 0.285 | 86 | 0.21 | 126 | 0.174 | 166 | 0.151 | 206 | 0.136 |
| 7 | 0.666 | 47 | 0.282 | 87 | 0.208 | 127 | 0.173 | 167 | 0.151 | 207 | 0.136 |
| 8 | 0.632 | 48 | 0.279 | 88 | 0.207 | 128 | 0.172 | 168 | 0.151 | 208 | 0.135 |
| 9 | 0.602 | 49 | 0.276 | 89 | 0.206 | 129 | 0.172 | 169 | 0.15 | 209 | 0.135 |
| 10 | 0.576 | 50 | 0.273 | 90 | 0.205 | 130 | 0.171 | 170 | 0.15 | 210 | 0.135 |
| 11 | 0.553 | 51 | 0.271 | 91 | 0.204 | 131 | 0.17 | 171 | 0.149 | 211 | 0.134 |
| 12 | 0.532 | 52 | 0.268 | 92 | 0.203 | 132 | 0.17 | 172 | 0.149 | 212 | 0.134 |
| 13 | 0.514 | 53 | 0.266 | 93 | 0.202 | 133 | 0.169 | 173 | 0.148 | 213 | 0.134 |
| 14 | 0.497 | 54 | 0.263 | 94 | 0.201 | 134 | 0.168 | 174 | 0.148 | 214 | 0.134 |
| 15 | 0.482 | 55 | 0.261 | 95 | 0.2 | 135 | 0.168 | 175 | 0.148 | 215 | 0.133 |
| 16 | 0.468 | 56 | 0.259 | 96 | 0.199 | 136 | 0.167 | 176 | 0.147 | 216 | 0.133 |
| 17 | 0.456 | 57 | 0.256 | 97 | 0.198 | 137 | 0.167 | 177 | 0.147 | 217 | 0.133 |
| 18 | 0.444 | 58 | 0.254 | 98 | 0.197 | 138 | 0.166 | 178 | 0.146 | 218 | 0.132 |
| 19 | 0.433 | 59 | 0.252 | 99 | 0.196 | 139 | 0.165 | 179 | 0.146 | 219 | 0.132 |
| 20 | 0.423 | 60 | 0.25 | 100 | 0.195 | 140 | 0.165 | 180 | 0.146 | 220 | 0.132 |
| 21 | 0.413 | 61 | 0.248 | 101 | 0.194 | 141 | 0.164 | 181 | 0.145 | 221 | 0.131 |
| 22 | 0.404 | 62 | 0.246 | 102 | 0.193 | 142 | 0.164 | 182 | 0.145 | 222 | 0.131 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|-------|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|
| 23 | 0.396 | 63 | 0.244 | 103 | 0.192 | 143 | 0.163 | 183 | 0.144 | 223 | 0.131 |
| 24 | 0.388 | 64 | 0.242 | 104 | 0.191 | 144 | 0.163 | 184 | 0.144 | 224 | 0.131 |
| 25 | 0.381 | 65 | 0.24 | 105 | 0.19 | 145 | 0.162 | 185 | 0.144 | 225 | 0.13 |
| 26 | 0.374 | 66 | 0.239 | 106 | 0.189 | 146 | 0.161 | 186 | 0.143 | 226 | 0.13 |
| 27 | 0.367 | 67 | 0.237 | 107 | 0.188 | 147 | 0.161 | 187 | 0.143 | 227 | 0.13 |
| 28 | 0.361 | 68 | 0.235 | 108 | 0.187 | 148 | 0.16 | 188 | 0.142 | 228 | 0.129 |
| 29 | 0.355 | 69 | 0.234 | 109 | 0.187 | 149 | 0.16 | 189 | 0.142 | 229 | 0.129 |
| 30 | 0.349 | 70 | 0.232 | 110 | 0.186 | 150 | 0.159 | 190 | 0.142 | 230 | 0.129 |
| 31 | 0.344 | 71 | 0.23 | 111 | 0.185 | 151 | 0.159 | 191 | 0.141 | 231 | 0.129 |
| 32 | 0.339 | 72 | 0.229 | 112 | 0.184 | 152 | 0.158 | 192 | 0.141 | 232 | 0.128 |
| 33 | 0.334 | 73 | 0.227 | 113 | 0.183 | 153 | 0.158 | 193 | 0.141 | 233 | 0.128 |
| 34 | 0.329 | 74 | 0.226 | 114 | 0.182 | 154 | 0.157 | 194 | 0.14 | 234 | 0.128 |
| 35 | 0.325 | 75 | 0.224 | 115 | 0.182 | 155 | 0.157 | 195 | 0.14 | 235 | 0.127 |
| 36 | 0.32 | 76 | 0.223 | 116 | 0.181 | 156 | 0.156 | 196 | 0.139 | 236 | 0.127 |
| 37 | 0.316 | 77 | 0.221 | 117 | 0.18 | 157 | 0.156 | 197 | 0.139 | 237 | 0.127 |
| 38 | 0.312 | 78 | 0.22 | 118 | 0.179 | 158 | 0.155 | 198 | 0.139 | 238 | 0.127 |
| 39 | 0.308 | 79 | 0.219 | 119 | 0.179 | 159 | 0.155 | 199 | 0.138 | 239 | 0.126 |
| 40 | 0.304 | 80 | 0.217 | 120 | 0.178 | 160 | 0.154 | 200 | 0.138 | 240 | 0.126 |

LAMPIRAN K

TABEL
Nilai-nilai Kritis F
untuk tingkat kepercayaan 95 %, alpha = 0.05

| df2 | df 1 | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 161.4 | 199.5 | 215.7 | 224.6 | 230.2 |
| 2 | 18.51 | 19 | 19.16 | 19.25 | 19.3 |
| 3 | 10.13 | 9.552 | 9.277 | 9.117 | 9.013 |
| 4 | 7.709 | 6.944 | 6.591 | 6.388 | 6.256 |
| 5 | 6.608 | 5.786 | 5.409 | 5.192 | 5.05 |
| 6 | 5.987 | 5.143 | 4.757 | 4.534 | 4.387 |
| 7 | 5.591 | 4.737 | 4.347 | 4.12 | 3.972 |
| 8 | 5.318 | 4.459 | 4.066 | 3.838 | 3.687 |
| 9 | 5.117 | 4.256 | 3.863 | 3.633 | 3.482 |
| 10 | 4.965 | 4.103 | 3.708 | 3.478 | 3.326 |
| 11 | 4.844 | 3.982 | 3.587 | 3.357 | 3.204 |
| 12 | 4.747 | 3.885 | 3.49 | 3.259 | 3.106 |
| 13 | 4.667 | 3.806 | 3.411 | 3.179 | 3.025 |
| 14 | 4.6 | 3.739 | 3.344 | 3.112 | 2.958 |
| 15 | 4.543 | 3.682 | 3.287 | 3.056 | 2.901 |
| 16 | 4.494 | 3.634 | 3.239 | 3.007 | 2.852 |
| 17 | 4.451 | 3.592 | 3.197 | 2.965 | 2.81 |
| 18 | 4.414 | 3.555 | 3.16 | 2.928 | 2.773 |
| 19 | 4.381 | 3.522 | 3.127 | 2.895 | 2.74 |
| 20 | 4.351 | 3.493 | 3.098 | 2.866 | 2.711 |
| 21 | 4.325 | 3.467 | 3.072 | 2.84 | 2.685 |
| 22 | 4.301 | 3.443 | 3.049 | 2.817 | 2.661 |

| | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 23 | 4.279 | 3.422 | 3.028 | 2.796 | 2.64 |
| 24 | 4.26 | 3.403 | 3.009 | 2.776 | 2.621 |
| 25 | 4.242 | 3.385 | 2.991 | 2.759 | 2.603 |
| 26 | 4.225 | 3.369 | 2.975 | 2.743 | 2.587 |
| 27 | 4.21 | 3.354 | 2.96 | 2.728 | 2.572 |
| 28 | 4.196 | 3.34 | 2.947 | 2.714 | 2.558 |
| 29 | 4.183 | 3.328 | 2.934 | 2.701 | 2.545 |
| 30 | 4.171 | 3.316 | 2.922 | 2.69 | 2.534 |
| 31 | 4.16 | 3.305 | 2.911 | 2.679 | 2.523 |
| 32 | 4.149 | 3.295 | 2.901 | 2.668 | 2.512 |
| 33 | 4.139 | 3.285 | 2.892 | 2.659 | 2.503 |
| 34 | 4.13 | 3.276 | 2.883 | 2.65 | 2.494 |
| 35 | 4.121 | 3.267 | 2.874 | 2.641 | 2.485 |
| 36 | 4.113 | 3.259 | 2.866 | 2.634 | 2.477 |
| 37 | 4.105 | 3.252 | 2.859 | 2.626 | 2.47 |
| 38 | 4.098 | 3.245 | 2.852 | 2.619 | 2.463 |
| 39 | 4.091 | 3.238 | 2.845 | 2.612 | 2.456 |
| 40 | 4.085 | 3.232 | 2.839 | 2.606 | 2.449 |
| 41 | 4.079 | 3.226 | 2.833 | 2.6 | 2.443 |
| 42 | 4.073 | 3.22 | 2.827 | 2.594 | 2.438 |
| 43 | 4.067 | 3.214 | 2.822 | 2.589 | 2.432 |
| 44 | 4.062 | 3.209 | 2.816 | 2.584 | 2.427 |
| 45 | 4.057 | 3.204 | 2.812 | 2.579 | 2.422 |
| 46 | 4.052 | 3.2 | 2.807 | 2.574 | 2.417 |
| 47 | 4.047 | 3.195 | 2.802 | 2.57 | 2.413 |
| 48 | 4.043 | 3.191 | 2.798 | 2.565 | 2.409 |
| 49 | 4.038 | 3.187 | 2.794 | 2.561 | 2.404 |

| | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 50 | 4.034 | 3.183 | 2.79 | 2.557 | 2.4 |
| 51 | 4.03 | 3.179 | 2.786 | 2.553 | 2.397 |
| 52 | 4.027 | 3.175 | 2.783 | 2.55 | 2.393 |
| 53 | 4.023 | 3.172 | 2.779 | 2.546 | 2.389 |
| 54 | 4.02 | 3.168 | 2.776 | 2.543 | 2.386 |
| 55 | 4.016 | 3.165 | 2.773 | 2.54 | 2.383 |
| 56 | 4.013 | 3.162 | 2.769 | 2.537 | 2.38 |
| 57 | 4.01 | 3.159 | 2.766 | 2.534 | 2.377 |
| 58 | 4.007 | 3.156 | 2.764 | 2.531 | 2.374 |
| 59 | 4.004 | 3.153 | 2.761 | 2.528 | 2.371 |
| 60 | 4.001 | 3.15 | 2.758 | 2.525 | 2.368 |
| 61 | 3.998 | 3.148 | 2.755 | 2.523 | 2.366 |
| 62 | 3.996 | 3.145 | 2.753 | 2.52 | 2.363 |
| 63 | 3.993 | 3.143 | 2.751 | 2.518 | 2.361 |
| 64 | 3.991 | 3.14 | 2.748 | 2.515 | 2.358 |
| 65 | 3.989 | 3.138 | 2.746 | 2.513 | 2.356 |
| 66 | 3.986 | 3.136 | 2.744 | 2.511 | 2.354 |
| 67 | 3.984 | 3.134 | 2.742 | 2.509 | 2.352 |
| 68 | 3.982 | 3.132 | 2.74 | 2.507 | 2.35 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.737 | 2.505 | 2.348 |
| 70 | 3.978 | 3.128 | 2.736 | 2.503 | 2.346 |
| 71 | 3.976 | 3.126 | 2.734 | 2.501 | 2.344 |
| 72 | 3.974 | 3.124 | 2.732 | 2.499 | 2.342 |
| 73 | 3.972 | 3.122 | 2.73 | 2.497 | 2.34 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.728 | 2.495 | 2.338 |
| 75 | 3.968 | 3.119 | 2.727 | 2.494 | 2.337 |
| 76 | 3.967 | 3.117 | 2.725 | 2.492 | 2.335 |

| | | | | | |
|-----------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| 77 | 3.965 | 3.115 | 2.723 | 2.49 | 2.333 |
| 78 | 3.963 | 3.114 | 2.722 | 2.489 | 2.332 |
| 79 | 3.962 | 3.112 | 2.72 | 2.487 | 2.33 |
| 80 | 3.96 | 3.111 | 2.719 | 2.486 | 2.329 |
| 81 | 3.959 | 3.109 | 2.717 | 2.484 | 2.327 |
| 82 | 3.957 | 3.108 | 2.716 | 2.483 | 2.326 |
| 83 | 3.956 | 3.107 | 2.715 | 2.482 | 2.324 |
| 84 | 3.955 | 3.105 | 2.713 | 2.48 | 2.323 |
| 85 | 3.953 | 3.104 | 2.712 | 2.479 | 2.322 |
| 86 | 3.952 | 3.103 | 2.711 | 2.478 | 2.321 |
| 87 | 3.951 | 3.101 | 2.709 | 2.476 | 2.319 |
| 88 | 3.949 | 3.1 | 2.708 | 2.475 | 2.318 |
| 89 | 3.948 | 3.099 | 2.707 | 2.474 | 2.317 |
| 90 | 3.947 | 3.098 | 2.706 | 2.473 | 2.316 |
| 91 | 3.946 | 3.097 | 2.705 | 2.472 | 2.315 |
| 92 | 3.945 | 3.095 | 2.704 | 2.471 | 2.313 |
| 93 | 3.943 | 3.094 | 2.703 | 2.47 | 2.312 |
| 94 | 3.942 | 3.093 | 2.701 | 2.469 | 2.311 |
| 95 | 3.941 | 3.092 | 2.7 | 2.467 | 2.31 |
| 96 | 3.94 | 3.091 | 2.699 | 2.466 | 2.309 |
| 97 | 3.939 | 3.09 | 2.698 | 2.465 | 2.308 |
| 98 | 3.938 | 3.089 | 2.697 | 2.465 | 2.307 |
| 99 | 3.937 | 3.088 | 2.696 | 2.464 | 2.306 |
| 100 | 3.936 | 3.087 | 2.696 | 2.463 | 2.305 |

LAMPIRAN L. FOTO PENELITIAN



Lokasi Penelitian : Kantor Raja *Tour And Travel* Jember



Setelah wawancara dengan pemilik Raja tour



Setelah wawancara dengan karyawan Raja tour



Responden mengisi angket



Responden mengisi angket



Responden mengisi angket

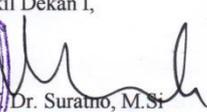


Responden mengisi angket



Setelah wawancara dengan responden

LAMPIRAN M. Surat Izin Penelitian

| | | |
|---|---|---|
|  | KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN | |
| Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Jember Kotak Pos 162 Telp/Fax: (0331) 334988 Jember 68121 | | |
| Nomor | : 6266/25.1.5/LT/2017 | 25 SEP 2017 |
| Lampiran | : - | |
| Perihal | : Permohonan Izin Penelitian | |
| Yth. Pemilik Usaha Raja <i>Tour And Travel</i> Jember | | |
| Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini : | | |
| Nama | : Yunita Sari | |
| NIM | : 130210301025 | |
| Jurusan | : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial | |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi | |
| Bermaksud melaksanakan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Raja <i>Tour And Travel</i> Jember” di perusahaan yang saudara pimpin. | | |
| Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan memberikan bantuan informasi yang diperlukan. | | |
| Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih. | | |
| | | a.n.Dekan Wakil Dekan I,  Prof. Dr. Suratno, M.Si NIP. 19670625 199203 1 003 |
| | |  |

LAMPIRAN N. Surat Izin Telah Melaksanakan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Pemilik Raja *Tour And Travel* Jember, menerangkan bahwa :

Nama : **YUNITA SARI**
NIM : 130210301025
Tempat/Tgl.Lahir : Jember, 27 Juni 1995
Perguruan Tinggi : Universitas Jember
Fakultas : FKIP/Pendidikan Ekonomi

Adalah benar Mahasiswa Universitas Jember yang telah melaksanakan Penelitian di Raja *Tour And Travel* Jember terhitung mulai tanggal 7 Agustus s/d 8 September 2017.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 8 September 2017

Direktur Utama,

A handwritten signature in black ink is written over a logo. The logo consists of the word 'Raja' in a stylized green font, with 'tour' and 'travel' in smaller green text below it. The signature is a cursive script that loops around the logo.

Suparni, S.S

LAMPIRAN O. Kartu Bimbingan


KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jalan Kalimantan III/57 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember
 68121

Nama : Yunita Sari
 NIM/Angkatan : 130210301025
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap
 Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour And Travel Jember
 Dosen Pembimbing I : Dr. Sri Kantun, M.Ed

KEGIATAN KONSULTASI

| No | Hari/Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan |
|-----|--------------|----------------------|--------------|
| 1. | 25-01-2016 | Penetapan Judul | OK/A |
| 2. | 07-02-2017 | Bab 1 dan 2 | OK/A |
| 3. | 15-03-2017 | Bab 1, 2, 3 | OK/A |
| 4. | 26-05-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | OK/A |
| 5. | 21-06-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | OK/A |
| 6. | 4-07-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | OK/A |
| 7. | 4-7-2017 | Acc Semhar | OK/A |
| 8. | 24-8-2017 | Revisi | OK/A |
| 9. | 13-9-2017 | Bab 4-5 | OK/A |
| 10. | 22-9-2017 | Bab 4-5 | OK/A |
| 11. | 26-9-2017 | Bab 4-5 | OK/A |
| 12. | 09-10-2017 | Bab 4-5 | OK/A |
| 13. | 12-10-2017 | Acc Ujiam | Acc Ujiam |
| 14. | | | |
| 15. | | | |

Catatan

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi

LAMPIRAN O. Kartu Bimbingan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

*Alamat: Jalan Kalimantan III/37 Kampus Tegalsobo Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33488 Jember
68121*

Nama : Yunita Sari
 NIM/Angkatan : 130210301025
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour And Travel Jember
 Dosen Pembimbing 2 : Drs. Pudjo Suharso, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

| No | Hari/Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan |
|-----|--------------|----------------------|---|
| 1. | 25-01-2016 | Penetapan judul | <i>[Signature]</i> |
| 2. | 07-02-2017 | Bab 1 dan 2 | <i>[Signature]</i> |
| 3. | 15-02-2017 | Bab 1, 2, 3 | <i>[Signature]</i> |
| 4. | 26-05-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | <i>[Signature]</i> |
| 5. | 21-06-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | <i>[Signature]</i> |
| 6. | 11-07-2017 | Bab 1, 2, 3 Lampiran | <i>[Signature]</i> |
| 7. | 19-07-2017 | Acc Seminar | <i>[Signature]</i> Acc <i>[Signature]</i> |
| 8. | 24-08-2017 | Revisi | <i>[Signature]</i> |
| 9. | 13-09-2017 | Bab 4-5 | <i>[Signature]</i> |
| 10. | 22-09-2017 | Bab 4-5 | <i>[Signature]</i> |
| 11. | 26-09-2017 | Bab 4-5 | <i>[Signature]</i> |
| 12. | 04-10-2017 | Bab 4-5 | <i>[Signature]</i> |
| 13. | 12-10-2017 | Acc Ujian | Acc <i>[Signature]</i> |
| 14. | | | |
| 15. | | | |

Catatan :

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi

LAMPIRAN P. BIODATA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

1. Nama : Yunita Sari
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 27 Juni 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Purwadi
 - b. Ibu : Tuinem Dwi Wahyuni
6. Alamat Jember : Jl. Karimata No. 57 Jember
5. Alamat Asal : Dusun Penitik Desa Wonosari Rt.04.
Rw.05, Desa Wonosari, Kec. Puger, Kab. Jember

B. Pendidikan

| No. | Nama Sekolah | Tempat | Tahun |
|-----|----------------------|--------|-------------|
| 1. | SDN Wonosari 02 | Jember | 2002 – 2007 |
| 2. | SMP Karya Bhakti | Jember | 2007 – 2010 |
| 3. | SMA Negeri 1 Kencong | Jember | 2010 – 2013 |