

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan tour leader yang meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Syahara Aneka Utama berdasarkan F_{hitung} (60,408) > nilai F_{tabel} (2,545) dan Sig. (0,000) < α (0,05).
2. Faktor kualitas pelayanan tour leader yang berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan wisatawan di CV Syahara Aneka Utama adalah reliability (Sig= 0,001), responsiveness (Sig= 0,015), assurance (Sig= 0,045), dan empathy (Sig= 0,004), sedangkan variabel tangible tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Syahara Aneka Utama (Sig= 0,388).

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat melakukan penilaian secara berkala terhadap Tour Leader di CV Syahara Aneka Utama untuk menjaga kualitas dan kemampuan dalam memenuhi permintaan wisatawan serta kompetitif dalam usaha wisata.

2. Bagi karyawan

Karyawan CV Syahara Aneka Utama diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui kelima faktor pelayanan

untuk menjadikan CV Syahara Aneka Utama menjadi pilihan wisatawan dalam menggunakan paket wisata.

3. Bagi wisatawan


Wisatawan diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dan evaluasi terhadap kualitas tour leader dalam memberikan pelayanan selama kegiatan wisata, serta dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahmayanty, Nina. 2013. Manajemen Pelayanan Prima, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS
- Hasan, Ali. 2015. Tourism Marketing. Yogyakarta: CAPS
- Fandy, Tjiptono. 2012. Service Management. Yogyakarta: Andi Offset
- Nana, Riana. 2016. " Kualitas Pelayanan Tour Leader di PT Rezeki Jasty Tour & Travel Pekanbaru. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Biro Perjalanan Wisata
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Statistika Untuk Peneliti. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono. 2014. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Suwena, I Ketut. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Keperiwisataan. Jakarta. 2009
<http://www.peraturan.bpk.go.id/>
Penyelenggaraan Angkutan Orang Tidak Dalam Trayek. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2020.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
Jl. Lakada Adisurjo Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 483115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@y-pkss.co.id

Nomor: 138/Q-AMPTA/X/2021
Hal : Permohonan Penelitian
06 Oktober 2021

Kepada Yth.
Pimpinan CV Syahara Aneka Utama
Jl. Dusun Senggatan Desa Ngoro Oro - Panak
Gantengkidul

Dengan Hormat,


Kami yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama	: Saadur Markas Saegar
NIM	: 415100399
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Perumnas Ambarukmo No. 359 Nologaten Caturtunggal Depok Sleman
Nomor HP	: 082114242188
Periode	: Oktober 2021

Mohon untuk diijinkan melaksanakan Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

" Kepuasan Pelanggan Terhadap Tour Leader Di CV. Syahara Aneka Utama "

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Dijerat Kami,

Drs. Prihatno, MM

Tembusan :
- File

Lampiran 2 Surat Jawaban Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUCHAMAD APRIYANTO
Jabatan : Direktur CV Syahara Aneka Utama

Dengan ini menerangkan bawah :

Nama : Saudur Markus Siregat
NIM : 415100359
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2020/2021
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Telah melaksanakan kegiatan Penelitian di CV. Syahara Aneka Utama Tour selama periode 1 bulan

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya dan kepercayaan yang diberikan kepada kami. Kami ucapkan terima kasih

Yogyakarta 12 November 2021

CV. Syahara Aneka Utama
MUCHAMAD APRIYANTO, Direktur

Muchamad Apriyanto

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Kuesioner/Instrumen Penelitian

KUISIONER PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI CV. SYAHARA ANEKA UTAMA

Saya Saudur Markus Siregar mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta. Yang akan melakukan penelitian di CV. Syahara Aneka Utama. Informasi yang bapak/ibu/saudara/i berikan, sangat bermanfaat bagi penyelesaian proposal skripsi saya. Atas bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, bagian pertama data responden dan bagian kedua data penelitian.

DATA RESPONDEN

1. Nama

2. Jenis Kelamin : laki-laki perempuan

3. Usia : <18 18 - 25 26 - 35

36 - 45 46 - 55 > 55

37 Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa Pegawai Swasta

Pegawai Negeri Wiraswasta

Ibu Rumah Tangga Yang lain:

DATA PENELITIAN

Petunjuk : Pilihlah jawaban sesuai dengan pilihan anda dengan cara

tandai oval pada setiap pertanyaan-pertanyaan.

Keterangan : Sangat Setuju (SS) skor: 4

Setuju (3) skor: 3

Tidak Setuju (2) skor: 2

Sangat Tidak Setuju (STS) skor: 1

NO	PERTANYAAN	SS 4	S 3	TS 2	STS 1
1	Tour Leader memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang daerah wisata dan paket wisata				
2	Tour Leader mampu menjelaskan dengan baik paket wisata yang sedang dijalankan sesuai dengan harapan wisatawan				
3	Tour Leader mampu menjamin keakuratan dan kedetailan paket yang sedang dilaksanakan				
4	Tour Leader sangat mementingkan kebutuhan dan kepentingan wisatawan dalam pelaksanaan kegiatan wisata yang sedang dilaksanakan.				
5	Tour Leader memperhatikan secara khusus semua permintaan dan keinginan wisatawan saat berlangsungnya kegiatan berwisata				
6	Tour Leader memiliki pendekatan/perhatian kepada wisatawan				
7	Tour Leader memberikan pelayanan mulai dari awal sampai akhir aktivitas wisata.				

8	Tour Leader dapat memberikan solusi dari keluhan wisatawan				
9	Tour Leader memberikan pelayanan yang baik ramah dan akurat kepada wisatawan				
10	Tour Leader cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan dari wisatawan yang berkaitan dengan daerah tujuan wisata yang dijalankan.				
11	Tour Leader cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan pertanyaan dari wisatawan yang berkaitan dengan daerah tujuan wisata yang dijalankan.				
12	Tour Leader cepat dan tanggap dalam memberikan informasi tentang objek dan lain sebagainya yang ada dalam paket wisata yang sedang dilaksanakan.				
13	Tour Leader cepat dan tanggap dalam menjalankan kegiatan wisata yang menarik yang diinginkan wisatawan.				
14	Tour Leader memiliki penampilan yang rapi, sopan, dan bersih.				
15	Tour Leader selalu memperhatikan keramahan kepada semua staf dan wisatawan dan juga memberikan kenyamanan saat kegiatan berlangsung.				

16	Tour Leader selalu membantu dan merespon cepat permintaan wisatawan.				
17	Saya akan menggunakan ulang jasa Tour Leader di CV Syahara Aneka Utama.				
18	Saya tidak akan tertarik dengan penawaran jasa di perusahaan lainnya				

Lampiran 4 Hasil Pengujian SPSS

A. Karakteristik Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
1. Umur Responden		
18-25 tahun	2	6,67%
26-35 tahun	6	20,00%
36-45 tahun	11	36,67%
46-55 tahun	6	20,00%
>55 tahun	5	16,67%
2. Jenis Kelamin Responden		
Laki-laki	12	40,00%
Perempuan	18	60,00%
3. Pekerjaan Responden		
Pelajar / Mahasiswa	2	6,67%
Pegawai Swasta	6	20,00%
Pegawai Negeri	21	70,00%
Wiraswasta	1	3,33%
Total	30	100,0%

B. UJI VALIDITAS

1. Assurance (X_1)

Correlations

		Total	X1.1	X1.2	X1.3
Total	Pearson Correlation	1	,728**	,845**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X1.1	Pearson Correlation	,728**	1	,620**	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,004
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,845**	,620**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,725**	,511**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	
	N	30	30	30	30

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

2. Emphaty (X2)

Correlations

		Total	X2.1	X2.2	X2.3
Total	Pearson Correlation	1	,837**	,728**	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X2.1	Pearson Correlation	,837**	1	,627**	,624**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,728**	,627**	1	,462*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,010
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,697**	,624**	,462*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is signif icant at the 0.01 lev el (2-tailed).

* . Correlation is signif icant at the 0.05 lev el (2-tailed).

3. Responsiveness (X3)

Correlations

		Total	X3.1	X3.2	X3.3
Total	Pearson Correlation	1	,505**	,609**	,677**
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,000
	N	30	30	30	30
X3.1	Pearson Correlation	,505**	1	,608**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,609**	,608**	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,677**	,697**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is signif icant at the 0.01 lev el (2-tailed).

Correlations

		Total	X4.1	X4.2	X4.3
Total	Pearson Correlation	1	,847**	,754**	,870**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X4.1	Pearson Correlation	,847**	1	,719**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,754**	,719**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	,870**	,805**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

4. Reliability (X4)

5. Tangible (X5)

Correlations

		Total	X5.1	X5.2	X5.3
Total	Pearson Correlation	1	,377*	,380*	,450*
	Sig. (2-tailed)		,040	,039	,013
	N	30	30	30	30
X5.1	Pearson Correlation	,377*	1	,499**	,545**
	Sig. (2-tailed)	,040		,005	,002
	N	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	,380*	,499**	1	,360
	Sig. (2-tailed)	,039	,005		,051
	N	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	,450*	,545**	,360	1
	Sig. (2-tailed)	,013	,002	,051	
	N	30	30	30	30

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

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

6. Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Total	Pearson Correlation	1	,791**	,815**	,811**	,836**	,931**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.1	Pearson Correlation	,791**	1	,701**	,648**	,617**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,815**	,701**	1	,649**	,695**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,811**	,648**	,649**	1	,578**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,836**	,617**	,695**	,578**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	,931**	,814**	,755**	,798**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

C. UJI RELIABILITAS

1. Assurance (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	3

2. Emphaty (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	3

3. Responsiveness (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,848	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	3

4. Reliability (X_4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,706	3

5. Tangible (X_5)

6. Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	5

D. UJI REGRESI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability, Emphaty	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,962 ^a	,926	,911	1,156

a. Predictors: (Constant), Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability, Emphaty

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403,319	5	80,664	60,408	,000 ^a
	Residual	32,047	24	1,335		
	Total	435,367	29			

a. Predictors: (Constant), Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability, Emphaty

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,487	1,110		1,340	,193
	Assurance	,600	,165	,404	3,646	,001
	Emphaty	,433	,165	,271	2,618	,015
	Responsiveness	,206	,098	,139	2,112	,045
	Reliability	,354	,121	,296	2,936	,007
	Tangible	-,107	,122	-,055	-,880	,388

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 5 Lokasi Gambar

