

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK**  
**DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**TURINDO TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA**



**OLEH**  
**LATHIFAH KHAIRUNNISA**  
**419100715**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK**  
**DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**TURINDO TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Derajat Sarjana Terapan  
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH**  
**LATHIFAH KHAIRUNNISA**

**419100715**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2023**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
TURINDO TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA



Oleh

LATHIFAH KHAIRUNNISA

419100715

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M  
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Hari Rachmadi, S.E., M.M  
NIDN. 0505076501

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Yudi Setiaji, S.H, M.M  
NIDN.0508066401

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK**  
**DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**TURINDO TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA**  
**SKRIPSI**

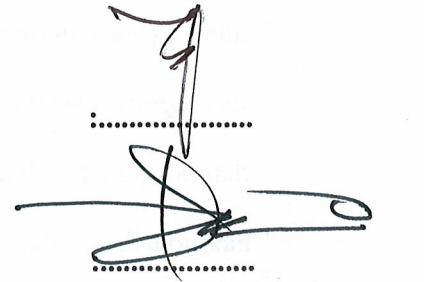
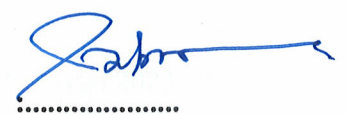
Oleh  
**LATHIFAH KHAIRUNNISA**  
**NIM 419100715**  
Telah dipertahankan didepan tim penguji  
dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 20 Maret 2023

**TIM PENGUJI :**

**Penguji Utama** : **Yudi Setiaji, S.H, M.M**  
NIDN.0508066401

**Penguji I** : **Drs. Budi Hermawan, M.M**  
NIDN. 0523026601

**Penguji II** : **Hari Rachmadi, SE.,M.M**  
NIDN. 0505076501

.....  
  
.....  
  
.....

Mengetahui,  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



  
**Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN.0526125901



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : LATHIFAH KHAIRUNNISA

NIM : 419100715

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TURINDO TOUR & TRAVEL YOGYAKARTA”** merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan orang lain. Saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali didalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Februari 2023



Lathifah Khairunnisa  
NIM. 419100715

## HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan”  
(Q.S Al – Insyirah:5)

“Mimpi, justru karena masih ada mimpi, kita jadi punya alasan untuk terus hidup, terus maju, terus berjalan, terus mengejar. Tanpa mimpi sama sekali, apa pula arti hidup ini?”  
(Agustinus Wibowo)

“Beda orang, beda cerita, beda porsi dan beda prinsip. Nikmati apa yang kamu jalani sekarang, karena pohon yang tumbuh besar butuh proses yang panjang”  
(Bakau)

*“Be Your Self”*  
(Dinda Mutiara Bachtiar)

*“When you want something,  
All the universe conspires in helping you to achieve it”*  
(The Alchemist – Paulo Coelho)

“Semua orang punya *timeline*-nya masing-masing. Gapapa jalan pelan-pelan yang penting sampai tujuan”  
(Afni Rufaidah)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Untuk Bapak A. Mustaqim dan Ibu Reni Septi, selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi, dan selalu mendoakan untuk kebaikan dan kelancaran segala urusan anaknya. Terimakasih selalu menjadi tempat pulang ternyaman bagi anaknya ketika lelah dan bahagia.
2. Orang-orang terdekatku (Maelina, Mellyana, Herlinda, Afni) yang berada dikota masing-masing dan masih berjuang untuk pendidikannya, terimakasih selalu memberikan semangat dan selalu mendengar keluh kesahku. Untuk kalian semangat ya, proses memang berat tapi harus dinikmati dan dijalani.
3. Dinda Mutiara Bachtiar, *partner* yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan tugas ini. Terimakasih kamu, selalu sabar mendengar keluh kesahku, menemaniku, selalu menyemangati dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi dan mengejar hal yang baik untuk kesuksesan kedepan. Terimakasih untuk segala hal baik dan pengalaman baik bersamamu.
4. Untuk Keluarga Pecinta Alam “KAPALA AMPTA” terimakasih sudah menjadi bagian dari hidup dan proses ini. Terimakasih telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, mental yang kuat dan kenangan-kenangan baik. Sukses untuk KAPALA AMPTA Yogyakarta.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini dengan penuh proses perjuangan dan tepat pada waktu sebaik mungkin. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Yogyakarta” ini menjadi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada program studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang turut berperan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat material maupun non material. Oleh karena penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan keuletan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hari Rachmadi, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan penulisan yang baik dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M., selaku Dosen Penguji Utama dan Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Yogyakarta yang telah memberi arahan serta kesempatan dalam melakukan penelitian ini.

4. Seluruh pihak PT Sumber Turindo yang telah memberikan dukungan dan ijin untuk melakukan penelitian di Turindo Tour & Travel Yogyakarta.
5. Dinda Mutiara Bachtiar, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam memberikan informasi mengenai Turindo Tour & Travel serta membantu dalam penyebaran sebaqian kuesioner penelitian kepada konsumen Turindo Tour & Travel.
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan pendapat dan mengisi kuesioner ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan karya skripsi selanjutnya lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Lathifah Khairunnisa  
NIM. 419100715

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Biro Perjalanan Wisata .....	9
2. Kualitas Pelayanan.....	10
3. Kualitas Produk.....	12
4. Harga.....	16
5. Kepuasan Konsumen .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis .....	26



### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	27
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	27
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Variabel Penelitian .....	30
F. Metode Pengumpulan Data .....	36
1. Jenis Instrumen .....	36
2. Uji Kelayakan Instrumen .....	38
G. Metode Analisis Data .....	40
1. Uji Kelayakan Variabel.....	40
2. Jenis Analisis yang Digunakan .....	42

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	47
1. Sejarah Dan Profil Perusahaan.....	47
2. Lokasi Perusahaan .....	48
3. Visi Dan Misi Perusahaan.....	48
4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	48
5. Produk Turindo Tour & Travel.....	51
6. Fasilitas Turindo Tour & Travel .....	54
B. Hasil Analisis Deskriptif .....	57
1. Deskripsi Data Penelitian.....	57
2. Karakteristik Data Responden .....	57
3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	62
4. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2) .....	64
5. Deskripsi Variabel Harga (X3) .....	65
6. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	67
C. Hasil Uji Instrumen.....	68
1. Uji Validitas .....	68
2. Uji Reliabilitas .....	71
D. Hasil Uji Kelayakan Variabel.....	72

1. Uji Normalitas.....	72
2. Uji Multikolinearitas.....	74
E. Hasil Penelitian .....	75
1. Regresi Linier Berganda .....	76
2. Uji F (Simultan) .....	78
3. Uji T (Parsial) .....	79
4. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	81
F. Pembahasan .....	81
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili atau Asal.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1).....	62
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X2) .....	64
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Harga (X3).....	65
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Y) ...	69
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	69
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	69
Tabel 4.12 Uji Validitas Harga (X3).....	70
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibitas Kualitas Pelayanan (X1).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibitas Kualitas Produk (X2).....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Realibitas Harga (X3).....	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Realibitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Realibitas .....	72
Tabel 4.19 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov).....	74
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel 4.21 Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.22 Uji F (Simultan) .....	78
Tabel 4.23 Uji T (Parsial).....	79
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Sumber Turindo .....	49
Gambar 4.2 Ruang Tunggu Turindo .....	55
Gambar 4.3 Counter Pelayanan Turindo Tour & Travel .....	55
Gambar 4.4 Ruang Meeting Turindo Tour & Travel.....	56
Gambar 4.5 Area Parkir .....	56
Gambar 4.6 Grafik Uji Normalitas.....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Kuesioner Penelitian

*Google Form*

Surat Pengantar Penelitian

Dokumentasi

Karakteristik Responden

Hasil Tanggapan Responden

Tabel Olah Data

Tabel F, Tabel T, dan Tabel R

Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Perusahaan biro perjalanan wisata berpeluang besar untuk menyediakan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Peran biro perjalanan yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan perjalanan konsumen. Kepuasan konsumen akan tercipta jika apa yang diharapkan sebanding dengan yang didapatkan. Adapun faktor untuk menciptakan kepuasan konsumen, diantaranya pelayanan, fasilitas, produk, harga, dan lain-lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen Turindo Tour & Travel Yogyakarta, baik secara simultan maupun parsial.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, artinya pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen, dan dilakukan analisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis menggunakan uji F (simultan), uji T (parsial), dan uji determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan analisis regresi linear berganda yaitu  $Y = -2,138 + 0,248 X_1 + 0,166 X_2 + 0,391 X_3$ , pada uji F secara simultan didapatkan  $F_{hitung} (51,112) > F_{tabel} (2,70)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga  $H_{a1}$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan jika perusahaan biro perjalanan wisata memiliki pelayanan yang baik, produk yang sesuai dan harga yang terjangkau akan menciptakan kepuasan konsumen secara maksimal. Hasil uji T secara parsial didapatkan variabel kualitas pelayanan (X1) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan  $T_{hitung} (4,492) > T_{tabel} (1,984)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{a2}$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen akan memandang baik ketika diberikan awal pelayanan yang baik. Jika pelayanan yang diberikan baik, ramah, informasi yang disampaikan sesuai dan akurat akan menjadikan konsumen merasakan kepuasan ketika menggunakan jasa di Turindo Tour & Travel. Pada nilai *Adjusted R Square* didapatkan sebesar 0,603. Artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 60,3%, sedangkan 39,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Biro Perjalanan Wisata.**



## **ABSTRACT**

*Travel agency companies have a great opportunity to provide products or services needed by tourists. The role of the travel agency is to meet the needs and create consumer travel satisfaction. Customer satisfaction will be created if what is expected is proportional to what is obtained. As for the factors to create customer satisfaction, including services, facilities, products, price, and others. The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality, Product Quality, and Prices on Customer Satisfaction at Turindo Tour and Travel Yogyakarta, either simultaneously or partially.*

*This type of research uses associative quantitative research methods with independent variables, service quality (X1), product quality (X2), price (X3) and the dependent variable customer satisfaction (Y). The sampling technique used was purposive sampling, meaning that samples were taken with certain considerations or criteria. The sample in this research is 100 respondents. Collection of data was distributing questionnaires to consumers and the analysis data was performed with using multiple linear regression analysis methods, and hypothesis testing using the F test (simultaneous), T test (Partial) and determination test (R<sup>2</sup>).*

*The results showed that the linear regression analysis equations were multiple, namely  $Y = -2,138 + 0.248 X1 + 0.166 X2 + 0.391 X3$ , in the F test simultaneously obtained  $F_{count} (51.112) > F_{table} (2.70)$  with a significance level of  $0.000 < 0.05$ . Until that  $H_{a1}$  is accepted, that meaning the variable of product quality and price simultaneously affect to consumer satisfaction. Because if the travel agency has a good service, suitable products and affordable prices will create maximum customer satisfaction. The results of the partial T test showed that the service quality variable (X1) was the variable that most dominantly influenced consumer satisfaction (Y) with  $T_{count} (4.492) > T_{table} (1.984)$  with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , then and  $H_{a2}$  was accepted, that meaning of the variable service quality has the most dominant on consumer satisfaction. This is because the consumers will perceive well when given a good initial service from the company. If the service provided good, friendly, and the information conveyed is accurate and appropriate it will make customers feel like satisfied when using service of the Turindo Tour and Travel. The value of Adjusted R Square was obtained at 0.603. That means the influence of service quality, products quality and price on customer is 60,3%, while the remaining 39,7% is influenced by the other variables.*

**Keywords : Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, and Travel Agency.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Era modern ini pariwisata berkembang pesat dengan kemajuan teknologi. Kemajuan ini dapat mempermudah segala aktivitas manusia dalam mencari informasi tentang dunia pariwisata. Perkembangan teknologi informasi juga dapat mempermudah promosi suatu destinasi wisata agar ramai dikunjungi. Pengembangan pariwisata melalui promosi ini dapat dilakukan dengan adanya strategi pemasaran baik melalui media digital maupun media cetak yang mudah dijangkau. Selain itu, kemajuan teknologi juga akan memudahkan manusia untuk melakukan perjalanan wisata. Namun, dalam dunia pariwisata terdapat fasilitas dan jasa pelayanan yang dapat dijual langsung kepada konsumen (di tempat kegiatan berlangsung melalui kantor penjualan) atau menggunakan satu perantara atau lebih (seperti biro perjalanan wisata dan agen perjalanan) (Vellas, Francois dan Lionel Becherel, 2008:351).

Peran sebuah usaha biro perjalanan wisata cukup penting dalam pengembangan pariwisata. Peranan industri perjalanan adalah memenuhi kebutuhan pelanggan di tempat asalnya dan bertindak sebagai grosir jasa yang mendapat pasokan dari operator transportasi, sebagian industri pariwisata domestik dan asing seperti hotel dan jasa akomodasi lainnya (Vellas, Francois dan Lionel Becherel, 2008:343). Peran biro perjalanan

wisata dalam memasarkan produk wisata sangat mendominasi karena usaha ini memiliki jaringan yang cukup luas, media promosi yang mudah, dan konsumen yang dapat dibujuk agar tertarik. Didukung dengan adanya orang yang mulai jenuh dengan pekerjaan atau beban dan membutuhkan hiburan untuk merilekskan pikiran serta tubuh mereka. Sehingga, usaha biro perjalanan wisata memiliki banyak peluang untuk mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan produk-produk yang dibutuhkan oleh setiap orang serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dalam perjalanan wisata untuk menghilangkan kejenuhan.

Biro perjalanan wisata merupakan elemen penting untuk memberikan pelayanan kepada konsumen atau wisatawan dengan menyediakan berbagai produk. Produk yang ditawarkan seperti penyedia jasa perencanaan perjalanan wisata dan penyelenggaraan wisata, termasuk seperti pemesanan tiket, akomodasi, serta pengurusan dokumen perjalanan. Biro perjalanan wisata ini memiliki peluang yang cukup besar sehingga mulai banyak orang-orang yang menciptakan bisnis perjalanan wisata dan menimbulkan adanya persaingan yang baik diantara perusahaan jasa perjalanan wisata.

Kepuasan konsumen adalah hal yang paling utama dalam biro perjalanan wisata. Kepuasan konsumen ini merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul dari ekspektasi terhadap hasil yang diperoleh konsumen. Banyak hal yang dapat menjadi faktor untuk menciptakan kepuasan konsumen seperti pelayanan yang baik, fasilitas yang didapatkan

konsumen, penawaran produk yang menarik, ketanggapan terhadap konsumen dan harga yang sesuai dengan apa yang ditawarkan. Kepuasan ini tercipta jika apa yang mereka inginkan dengan apa yang mereka dapatkan sebanding. Terciptanya kepuasan konsumen akan memberikan manfaat seperti hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen, memberikan kesan yang baik untuk pembelian ulang dan akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli atau menggunakan produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Supranto (2012:28) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat ditanggapi dengan baik itu menjadi hal yang perlu diperhatikan. Jika konsumen merasakan pelayanan yang diberikan dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas baik. Tingkat kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dan konsistensi sebuah biro perjalanan wisata.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:259) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk menarik perhatian konsumen. Produk dalam pariwisata ini sangat beragam mulai dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, maupun yang lain. Namun dalam biro perjalanan wisata, produk tersebut meliputi penyedia paket wisata, penyedia jasa pembelian tiket pesawat atau kereta api atau hotel, penyedia jasa pembuatan dokumen perjalanan, dan lain sebagainya. Jika sebuah biro perjalanan wisata dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

untuk mendapatkan setiap produk yang ingin dinikmati, maka dapat dikatakan produk yang diberikan atau ditawarkan berkualitas baik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:345) harga merupakan nilai atau ukuran besar kecilnya kepuasan yang didapat seseorang terhadap produk yang dibeli oleh konsumen. Harga ini menjadi hal yang utama disetiap aspek pariwisata maupun ekonomi karena dengan adanya harga maka ada jual beli antara dua belah pihak baik jual beli jasa maupun barang.

Turindo Tour & Travel merupakan sebuah biro perjalanan wisata yang menyediakan berbagai macam produk untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan. Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh Turindo seperti pembelian tiket pesawat baik untuk domestik maupun internasional, penyedia berbagai paket wisata yang menarik untuk tour domestik maupun internasional, menyediakan pemesanan hotel/tiket kereta api, menyediakan sewa mobil, hiace, dan lain-lain. Selain itu, Turindo Tour & Travel juga menyediakan jasa untuk pembuatan maupun perpanjangan *passport*.

Kualitas pelayanan menjadi prioritas Turindo Tour and Travel untuk menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang diberikan berupa kemudahan dalam pembelian tiket pesawat, kereta api, maupun hotel. Selain itu, Turindo Tour & Travel juga menyediakan fasilitas yang baik dalam melayani tamu yang datang langsung (*walk in*). Pelayanan yang diberikan dapat menciptakan kepuasan konsumen, sehingga konsumen

akan kembali datang untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari Turindo Tour & Travel.

Selain memberikan kualitas pelayanan, produk juga menjadi hal utama dalam sebuah bisnis biro perjalanan wisata. Produk dalam sebuah perjalanan wisata dapat bermacam-macam mulai dari produk paket wisata, voucher penginapan, tiket pesawat atau kereta api maupun yang lainnya yang bertujuan untuk mempermudah wisatawan. Dalam hal ini, produk paket wisata selalu menjadi produk yang harus dikemas dengan baik dan menarik untuk konsumen. Turindo Tour & Travel menyediakan beberapa produk paket wisata yang menarik baik paket wisata domestik maupun internasional. Selain itu, penyediaan produk paket wisata juga dapat disesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas ini pula dapat memberikan pengaruh untuk kepuasan konsumen. Dengan adanya kesesuaian produk yang ditawarkan oleh pihak biro perjalanan wisata dengan yang diharapkan konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa biro perjalanan wisata. Sehingga, penentuan sebuah produk sangat penting untuk melihat dari segmentasi pasar agar memiliki kesesuaian antara produk yang ingin dipasarkan dengan targetnya.

Kepuasan konsumen juga dapat dilihat dari segi harga yang ditawarkan biro perjalanan wisata. Penetapan harga yang baik disesuaikan dengan produk yang ditawarkan serta target pasarnya. Dalam hal ini, produk wisata dari sebuah biro perjalanan wisata harus sesuai dengan



keinginan atau harapan konsumen. Contoh konsumen menginginkan paket wisata *tour* Jogja selama 2 hari 1 malam dengan *budget* sekian, maka seorang *tour planner* dapat menentukan destinasi yang menarik dengan harga yang sesuai. Selain itu, penetapan harga juga harus dipertimbangkan agar dapat bersaing secara kompetitif dengan biro perjalanan lain. Biasanya, konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan akan membanding-bandingkan harga. Sehingga, harga yang sesuai serta terjangkau dapat menjadi pilihan para konsumen atau wisatawan. Dengan demikian, adanya pemberian pelayanan yang baik dan produk yang menarik serta sesuai dengan harga yang ditawarkan dapat mencapai kepuasan konsumen secara maksimal.

Dengan begitu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Turindo Tour & Travel Yogyakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna jasa pelayanan di Biro Perjalanan Wisata. Turindo Tour and Travel merupakan sebuah Biro Perjalanan Wisata di Yogyakarta yang memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, menyediakan produk yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen dengan harga yang terjangkau. Dalam hal ini, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang diberikan dari Turindo Tour and Travel bisa menjadi

faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Turindo Tour & Travel?
2. Manakah diantara variabel-variabel diatas yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Turindo Tour & Travel?

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini fokus dan terarah maka teori yang digunakan pada penelitian ini dibatas pada ruang lingkup kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga sebagai variabel bebas serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat bagi konsumen yang sudah menggunakan jasa pelayanan di Turindo Tour & Travel, Yogyakarta.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Turindo Tour & Travel.
2. Untuk mengetahui di antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mana yang lebih berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Turindo Tour & Travel.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang pelayanan, produk dan harga di sebuah usaha biro perjalanan wisata.
- b. Bagi penulis, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan dan penerapan ilmu pariwisata secara nyata.
- c. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

### 2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk praktek pemberian pelayanan yang baik serta pembuatan produk yang berkualitas.
- b. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas dari aspek pelayanan, produk dan harga guna meningkatkan kepuasan konsumen.