

# PELAYANAN TICKETING DI PT. BINTAN TOUR AND TRAVEL MEDAN PROVINSI SUMATERA UTARA

Oleh: Yuni Gloria Sari (1301113848)  
Email : [gloria.bangun@gmail.com](mailto:gloria.bangun@gmail.com),  
Hp : 082160711196  
Pembimbing: Andri Sulistyani, S.S. M.Sc

## ABSTRACT

*The purpose of conducting this research is to know the quality of ticketing service in PT. Bintan Tour & Travel Medan. In this service quality consist of five (5) factors to be seen which factor is the most dominant in the process of quality ticketing service in PT. Bintan Tour & Travel Medan. This research uses descriptive quantitative methode to analyze the problems. The population of this research are consumers who came to buy tickets in PT. Bintan Tour & Travel Medan. The sampel of this research was 55 respondents, and its taking by Accidental Sampling techniqe based on convinience. Dimension of service quality, measuring the quality of service means evaluating the performance of a service with a set of predetermined standards, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Based on the research that has been conducted, respondents agree with five dimensions of service quality, consumers get results agree, consumers give a very good response and the dominant dimensions is Empathy.*

**Keywords:** *Service, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.*

## Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan industri jasa yang mengemban fungsi pelayanan *public*, yang secara umum menyediakan jasa yang dapat membantu masyarakat untuk berpindah tempat dari suatu tempat ke tempat yang lainnya. Makin banyak perusahaan penerbangan, maka persaingan bisnis angkutan udara juga semakin marak. Kini masyarakat mulai berfikir cepat dan praktis, mereka memilih untuk menggunakan jasa transportasi yang nyaman, dan tidak memakan jangka waktu yang lama untuk berpindah tempat, namun dengan harga yang masih terjangkau khususnya untuk kelas ekonomi. Hal ini

menyebabkan masyarakat sudah memilih menggunakan jasa penerbangan.

Pelanggan atau konsumen memerlukan kecepatan, kepastian, dan keterikatan waktu yang singkat dalam mengoptimalkan mengurus sebuah perjalanan, seperti para turis yang ingin melakukan perjalanan ke kota atau negara asing, tentunya memerlukan perencanaan yang baik untuk mendapatkan perjalanan yang mereka inginkan. Maka dari itu biro perjalanan/tour & travel sangat diperlukan untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi wisatawan.

PT. Bintan Tour & Travel sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam

bidang jasa harus mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara aktif menarik konsumen, yaitu salah satunya adalah melalui pelayanan. Artinya perusahaan tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. PT. Bintang Tour & Travel patut mewaspadaikan diri mengingat banyaknya persaingan antar travel agent dan juga semakin mudahnya konsumen/pelanggan mendapatkan dan membeli tiket melalui situs – situs secara online.

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan ditentukan pula oleh tingkat penjualan yang dihasilkan. Hal tersebut menjadi pertimbangan bagi pemilik perusahaan, bagaimana mempertahankan ataupun meningkatkan penjualan mereka.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Pelanggan tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang menerapkan kinerjanya dari sebuah aspek – aspek seperti *reability*, *emphaty*, *tangibles*. *Assurance*, serta *responsiveness*. Kelima aspek kualitas ini bila diterapkan secara bersama – sama akan mendapatkan kualitas yang prima dan memuaskan. Dengan demikian, kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan di bidang jasa khususnya untuk perusahaan tour & travel sudah tentu menjadi prioritas utama untuk

kelangsungan hidup perusahaan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan jasa dirasa mampu untuk mendongkrak pangsa pasar perusahaan kedepannya. Suatu perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggannya sudah dapat dikatakan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, dibutuhkan determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Maka diperlukan pengelolaan bukti kualitas pelayanan yang bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik mengambil dan mengangkat judul : **“PELAYANAN TICKETING DI PT. BINTAN TOUR & TRAVEL MEDAN PROVINSI SUMATERA UTARA”**.

### **Rumusan Masalah**

Dengan melihat uraian di atas, maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan *ticketing* di PT. Bintang *Tour and Travel* Medan? Dan faktor apakah yang paling baik dianggap konsumen dalam pemberian kualitas pelayanan *ticketing* di PT. Bintang Tour & Travel Medan?

### **Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan staff Di PT. Bintang Tour & Travel Medan.
2. Bagaimanakah upaya direktur dalam meningkatkan kualitas

pelayanan staff Di PT. Bintang  
Tour & Travel Medan.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling baik dianggap konsumen dalam pemberian kualitas pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan.

### **Batasan Masalah**

Menurut judul yang diatas peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti. Peneliti hanya akan membahas tentang kualitas pelayanan ticketing Di PT. Bintang Tour & Travel Medan. Diluar dari aspek ini peneliti tidak membahasnya.

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan.
2. Bagi PT. Bintang Tour & Travel Medan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan para konsumen/pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang.
3. Dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang kualitas pelayanan di objek yang sama.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Kualitas**

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan – persyaratan tersebut. Gerson (2004:45) mengatakan kualitas adalah apapun yang dianggap pelanggan sebagai mutu. Sementara itu Kotler (2005:57) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk/pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang /jasa kan dinilai bermutu apabila dapat memnuhi ekspetasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut. Artinya mutu dan kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang mereka dapat (Bloemeretal, 1998 dalam Karsono:2007). Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yng mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

### **Pelayanan**

Pelayanan jasa. Proses dan kegiantannya lebih pada hal yang tidak/kurang berwujud atau lebih bersifat abstrak. Beda dengan pelayanan barang

yang dapat dengan mudah dilakukan penilaian kualitasnya. Endar Sugiarto menyatakan pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain - lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya. Singkat kata kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelayanan pelanggan yang mereka terima (Parasuraman, dkk:1998).

Dalam kualitas pelayanan yang baik terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, yaitu:

- a) Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama melakukan transaksi ataupun proses pembayaran.
- b) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi
- c) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
- d) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu dalam melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu dalam melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
- e) Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Pelayanan membutuhkan komitmen dan keyakinan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen. Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen, harus menganggap diri mereka sebagai duta dari perusahaan. Beberapa kriteria yang mengikuti dasar penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan (Schiffman dan Kanuk:2008), yaitu :

- 1) Keandalan, merupakan konsistensi kinerja yang berarti bahwa perusahaan menyediakan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat, dan juga berarti perusahaan menjunjung tinggi janjinya.
- 2) Responsif, merupakan kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan.
- 3) Kompetensi, berarti memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melayani.
- 4) Aksesibilitas, meliputi kemudahan untuk dihubungi.
- 5) Kesopanan, berarti membiarkan konsumen mendapat informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen.
- 6) Komunikasi, berarti membiarkan konsumen mendapat informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen.
- 7) Kredibilitas, meliputi kepercayaan, keyakiann, dan kejujuran.
- 8) Keamanan, yaitu aman dari bahaya, resiko, dan kerugian.
- 9) Empati, yaitu berusaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 10) Fisik, meliputi fasilitas, penampilan karyawan, dan peralatan yang digunakan untuk melayani konsumen.

## Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml et al (1990) dalam buku manajemen operasi jasa (penulis D. Wahyu Ariani) mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

### 1) Berwujud (*Tangible*)

Merupakan 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 para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

### 2) Keandalan (*Reliability*)

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 tinggi.

### 3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

### 4) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, yaitu

komunikasi. Kredibilitas, kemandirian, kompetensi, dan sopan santun.

### 5) Empati (*Empathy*)

Yaitu dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa. Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Tjiptono:2005).

## Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah sistem pelayanan yang terbaik pada manajemen modern pada saat ini, standar pelayanan prima adalah standar dalam melayani kebutuhan dari pelanggan atau orang lain, melayani pada dasarnya adalah aktivitas yang bersifat tidak terwujud yang ditawarkan kepada pelanggan konsumen yang dilayani. Pelayanan prima mempunyai penting dalam bisnis, baik dari sisi pelanggan internal (orang – orang yang terlibat dalam produksi/jasa yang ditawarkan perusahaan) maupun pelanggan eksternal (konsumen/pelanggan), karena sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Demikian juga jika pelayanan prima ini dilakukan oleh pihak non-komersil ataupun pemerintah.

Pelayanan prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam

hubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang bisa diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur (Suwithi 1999:4).

Secara sederhana, pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat (Maddy 2009:8).

Tujuan pelayanan prima yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dan berfokus hanya pada pemberian layanan kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh sektor bisnis berorientasi pada profit, sedangkan pelayanan prima diberikan oleh sektor publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang terbaik. Secara lebih luas, keberhasilan pelayanan prima diharapkan berujung pada hasil berikut :

- a) Pelanggan memutuskan untuk langsung membeli produk/jasa yang kita tawarkan pada saat itu juga.
- b) Menciptakan kepercayaan pelanggan atas produk/jasa yang kita tawarkan.
- c) Pelanggan tetap setia menggunakan produk/jasa kita.
- d) Pelanggan membeli kembali produk/jasa kita.
- e) Menghindari terjadinya tuntutan atau komplain yang tidak perlu dari pelanggan.

### **Biro Perjalanan Wisata**

Nyoman S. Pendit memberikan pengertian bahwa BPW adalah perusahaan yang memiliki tujuan untuk mempersiapkan suatu perjalanan bagi seseorang yang merencanakan untuk mengadakannya.

Menurut Undang – Undang No. 9 Th 1990 bagian kedua pasal 12, disebutkan bahwa BPW merupakan usaha penyedia jasa perencanaan dan / atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata.

Menurut surat keputusan Menteri Perhubungan No. PM 9/PW 104/PHB-77 tanggal 22 Desember 1977 terdapat pada bab 1 pasal 1 dalam ketentuan umum, yaitu sebagai berikut :

1. Biro Perjalanan adalah perusahaan yang melakukan kegiatan paket dan agen perjalanan wisata baik domestik ataupun internasional.
2. Agen Perjalanan adalah perusahaan yang melakukan kegiatan bagian penjualan tiket pesawat ataupun angkutan umum lainnya serta sarana paket wisata lainnya.
3. Cabang Biro Perjalanan Umum adalah satuan – satuan usaha dari biro perjalanan umum yang berkedudukan di tempat yang sama atau di tempat lain yang memberikan pelayanan yang sehubungan dengan kegiatan biro perjalanan umum.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

## Desain Penelitian

Penelitian dalam tugas akhir ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan ticketing di PT. Syam *Tour and Travel* Pekanbaru. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada para responden (Riduwan, 2012).

## Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bintang Tour and Travel Medan, Jalan Paus Pekanbaru yaitu dari bulan November – Desember 2018.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Adapun populasi dalam laporan penelitian ini adalah mencakup seluruh pelanggan/konsumen yang datang membeli tiket di PT. Bintang Tour & Travel Medan.

### Sampel

Peneliti menggunakan teknik sampling Aksidental untuk menentukan jumlah sampel. Teknik Aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siap saja yang bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001). Dengan metode aksidental dimana memudahkan peneliti karena yang akan dijadikan sampel, yaitu para konsumen yang sudah pernah atau sedang membeli tiket di PT. Bintang Tour & Travel.

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel yaitu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan

penelitian, maka peneliti mengambil 55 orang responden.

## Jenis dan Sumber Data

### Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu yang berbentuk angka atau bilangan yang diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika.

### Sumber Data

Menurut I Made Wirartha (2006:35) sumber data penelitian, yakni asal perolehan data penelitian, perlu dijelaskan, primer atau sekunder. Penelitian menggunakan data – data sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan penelitian langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini, pengambilan data primer dilakukan dengan cara :

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung pada perusahaan PT. Bintang Tour & Travel.
- b. Wawancara, yaitu mengadakan Tanya jawab dengan satu orang pimpinan.
- c. Kuesioner atau angket yang akan diberikan kepada pelanggan di PT. Bintang Tour & Travel.

#### 2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh melalui pihak lain atau berdasarkan data yang telah diolah sebelumnya, berupa data dalam bentuk jadi yang telah dimiliki PT. Bintang Tour & Travel Medan yang digunakan sebagai pelengkap dalam pelaksanaan penelitian. Data ini

berbentuk arsip, dokumen, buku dan juga internet sebagai media pendukung.

### Skala Pengukuran

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka (*numeral*) atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan-aturan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengukuran data dengan Skala Likert, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang diukur. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2007:86).

Adapun indikator – indikator dari kualitas pelayanan penjualan tiket di PT. Bintang Tour and Travel Medan di beri beberapa item pertanyaan yaitu sebagai berikut :

1. Tangibles dengan 4 item pertanyaan
2. Reliability dengan 4 item pertanyaan
3. Responsiveness dengan 4 item pertanyaan
4. Assurance dengan 4 item pertanyaan
5. Empathy dengan 4 item pertanyaan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

PT. Bintang Tour & Travel Medan yang lebih akrab disebut Bintang Travel merupakan sebuah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang pelayanan wisata didirikan pada tahun 2005 yang dipimpin oleh Bapak Rapelta Ginting. Perusahaan ini beralamat di Jalan Jamin Ginting Pasar 1 Sumber, Padang Bulan, Medan.

Pada Agustus 2010, Bintang Travel berpindah lokasi ke Jalan Jamin Ginting KM 7,5 No. 222, Padang Bulan, Medan.

Phone : 061 – 836 8777. Fax : 061 – 836 5282. Email: [bintanholidays\\_travel@yahoo.com](mailto:bintanholidays_travel@yahoo.com).

Website: [www.bintanholidaysmedan.com](http://www.bintanholidaysmedan.com).

### Hasil Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari tanggapan masing-masing responden, maka dapat diambil kesimpulan

**Tabel 4.28**

### Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan *Ticketing* di PT. Bintang Tour and Travel Medan

No	Sub Variabel	Total	Kategori
1.	Tangible	769	BAIK
2.	Reliability	810	BAIK
3.	Responsiveness	820	BAIK
4.	Assurance	751	BAIK
5.	Empathy	841	BAIK
TOTAL SKOR		3991	BAIK

Sumber : *Olahan Data 2018*

Dari seluruh jumlah total skor di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh kualitas pelayanan di PT. Bintang Tour & Travel Medan dinyatakan BAIK dikarenakan jumlah total skor keseluruhan adalah 3991 (73%) dimana total tersebut berada pada rata – rata baik yaitu pada rentang skor 3739 – 4619. Walaupun hasil jawaban responden baik, namun kualitas pelayanan *ticketing* di PT. Bintang Tour & Travel Medan masih belum maksimal karena masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki seperti fasilitas pendukung reservasi tiket, dan hal lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan *ticketing* di PT. Bintang Tour & Travel Medan.

### Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan *Ticketing* di PT. Bintang Tour & Travel Medan.

Dari tabel 4.28 diatas merupakan rekapitulasi penelitian kualitas pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan, adapun pada tabel 4.28 terlihat faktor yang paling baik menurut tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti di PT. Bintang Tour & Travel Medan adalah faktor Empathy. Hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden pada semua indikator, dan Empathy memperoleh hasil total skor tertinggi, yaitu 841 (76%). Total skor 841 termasuk dalam kategori Baik, ini dilihat dari rata – rata keseluruhan hasil tanggapan responden yang berada pada total skor responden 747 – 923.

Pada jawaban responden dalam indikator Empathy dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen sudah dirasakan baik. Penilaian ini diberikan oleh responden yang meyakini dan merasakan bahwa perusahaan telah berusaha memahami kebutuhan konsumen dengan mendengar keluhan konsumen, menjawab segala pertanyaan konsumen dengan handal dan memberikan solusi untuk sebuah masalah konsumen.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan Ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diketahui perolehan total skor masing – masing variabel penelitian kualitas pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan sebagai berikut: Tangibles dengan total skor 769,

Reliability dengan total skor 810, Responsiveness dengan total skor 820, Assurance dengan total skor 751, Empathy dengan total skor 841, dan jumlah total skor keseluruhan 3991 dimana total tersebut berada pada rata – rata baik yaitu, pada rentang skor 3739 – 4619. Dengan demikian kualitas pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan. Diketahui pelayanan ticketing di PT. Bintang Tour & Travel Medan BAIK. Hal tersebut diketahui dari perolehan masing – masing variabel penelitian yang peneliti uraikan di dalam kuesioner penelitian yang telah disebarakan kepada responden konsumen di PT. Bintang Tour & Travel Medan.

2. Faktor yang paling baik menurut tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti di PT. Bintang Tour & Travel Medan adalah faktor Empathy. Hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden pada semua indikator, dan Empathy memperoleh hasil total skor tertinggi, yaitu 841 (76%). Total skor 841 termasuk dalam kategori Baik, ini dilihat dari rata – rata keseluruhan hasil tanggapan responden yang berada pada total skor responden 747 – 923.

### **Saran**

1. Kepada pihak PT. Bintang Tour & Travel Medan untuk memperindah interior dan exterior agar tamu merasa nyaman dikantor. Dan memperbaiki jika ada fasilitas pendukung untuk reservasi tiket seperti, : jaringan internet, telepon/fax, dan printer terjadi kerusakan. Dan untuk indikator terbaiknya dipertahankan karena merupakan kunci konsumen yang sudah menggunakan jasa untuk tetap

- mempercayai PT. Bintang Tour & Travel Medan dalam reservasi tiket.
2. Untuk kemajuan PT. Bintang Tour & Travel Medan agar lebih memilih SDM yang berkualitas dan paham dengan bidangnya masing – masing, serta meningkatkan kedisiplinan kepada karyawan terhadap kesalahan serta kelalaian yang diperbuat.
  3. Kualitas pelayanan sangatlah penting di sebuah perusahaan, apalagi untuk perusahaan jasa seperti: PT. Bintang Tour & Travel Medan untuk meningkatkan pelayanan serta persaingan dengan perusahaan yang lain. Karyawan harus mampu melayani konsumen dengan cepat dan tepat, agar karyawan dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen untuk reservasi tiket, karyawan juga tidak seharusnya memilih – milih konsumen yang datang untuk melakukan reservasi tiket di PT. Bintang Tour & Travel Medan, dan diharapkan karyawan mampu memberikan solusi jika konsumen mendapatkan sebuah masalah pada tiketnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. Wahyu. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Daryanto. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta : Gava Media.
- Sunyoto, Danang Dan Susanti, Fathonah Eka, 2015. Manajemen Pemasaran Jasa, Yogyakarta : CAPS.
- Riduwan, 2007. Skala Pengukuran Variabel – variabel Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Maddy, Khairul. 2009. Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta : Chama Digit.
- Marloni, Citra Sakinah. 2016. *Kualitas Pelayanan Tiket Di PT. Nabila Holiday Tour & Travel Pekanbaru*, dalam skripsi, Pekanbaru : Universitas Riau.
- Sari, Yuni Manda. 2017. *Kualitas Pelayanan Staf di PT. Indoraya Mulia Tour & Travel Pekanbaru*, dalam skripsi, Pekanbaru : Universitas Riau.
- Nyoman S. Pendit. 2004. Ilmu Pariwisata. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Oka, Yoety. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa.
- A. Muri Yusuf, 2014. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Ratminto dan Septiwinarsih, Atik. 2013. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Soetopo (1999). Pelayanan Prima. Jakarta : LAN RI.
- Subadra, I Nengah. 2006. Pariwisata Indonesia. Bandung : Angkasa.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar – dasar Pariwisata. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Edisi ke 21. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Administrasi. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. Manajemen Jasa. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. ,& Chandra, G. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Edisi ketiga. Yogyakarta : Andi.

Wijaya, T. , 2011. Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta Barat : PT. Indeks.

**Website:**

<http://etalasepustaka.blogspot.co.id/2016/05/pengertian-dimensi-kualitas-pelayanan-menurut-para-ahli.html?m=1>

<http://ciputrauceo.net/blog/standar-pelayanan-prima-terhadap-pelanggan/>

<http://gofaztrack.com/blog/standar-pelayanan-prima-terhadap-pelanggan/>

<http://pariwisatadanteknologi.blogspot.co.id/2010/definisi-tugas-perbedaan-biro.html?m=1>