

KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* UMRAH DI PT. MANDIRI TOUR AND TRAVEL PEKANBARU

Oleh : Harry Indra Sihite

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 288293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aims to determine how the quality of service Tour Leader to consumers in PT. Mandiri Tour & Travel pekanbaru. This research uses quantitative descriptive method to examine the issues in the lift. The sample in this study were 60 respondents. While data collection techniques in this study using questionnaires, interviews, documentation. By using Likert scale as a measuring tool to determine the short length of the interval. From the results of research conducted, it appears that the quality of service employees Tour Leader at PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru is pretty good, but in the dimensions of responsiveness there are still complaints of consumers.

Keywords: Service Quality, Tour Leader

LATAR BELAKANG

Perkembangan wisata yang semakin berkembang membuat jenis wisata pun beraneka ragam. Salah satu diantaranya adalah wisata ziarah. Menurut Evi Rahmawati dalam terminologi Arab menyebutkan bahwa wisata ziarah merupakan sebuah bentuk kunjungan ritual dan dilakukan ke makam dan masjid bersejarah. Dan prosesnya, wisata ziarah juga dipahami sebagai perjalanan batin seseorang, sehingga memiliki ikatan emosi dan kontemplasi tinggi. Wisata biasanya didasari oleh motivasi yang cukup tinggi dari wisatawan untuk dapat merasakan ketengan batin.(manparekraf.com)

Salah satu bentuk wisata ziarah dalam Islam adalah Umrah dan Haji. Umrah dan Haji dikatakan sebagai wisata ziarah, karena kedua kegiatan ini merupakan suatu bentuk kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu yang bertujuan untuk kegiatan ibadah maupun rekreasi, pengembangan pribadi serta mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara, hal tersebut sesuai dengan pengetahuan wisata dalam pasal 1 Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Perbandingan Penjualan Paket Umroh di Tour & Travel Pekanbaru Periode 2015 – 2017

No	Tahun	Nama – Nama Tour & Travel Pekanbaru			
		PT. Mandiri Tour & Travel	PT. Riau Wisata Hati	PDA Travel	Smeva Holiday
1	2014	95	389	215	192
2	2015	105	412	301	239
3	2016	124	318	252	268
4	2017	118	363	289	351
5	2018	60	273	311	271

Sumber : PT. Mandiri, PT. Riau Wisata Hati, PDA Travel, Smeva Holiday 2018

RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang di atas mengenai kualitas pelayanan yang dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan

dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen, maka dapat di uraikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimanakah kualitas pelayanan *tour leader* Umrah pada PT. Mandiri Tour & Travel Pekanbaru?
- 2) Bagaimana mengatasi kendala dan upaya yang dilakukan oleh *tour leader* Umrah di PT. Mandiri Tour & Travel ?

BATASAN MASALAH

Dari judul penelitian diatas penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti oleh penulis yaitu : Penulis hanya membahas mengenai kualitas pelayanan *tour leader* Umroh di PT. Mandiri Tour & Travel Pekanbaru.

TUJUAN PENELITIAN Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *tour leader* Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui upaya dalam mengatasi kendala yang dilakukan PT. Mandiri Tour and Travel dalam Ibadah Umrah di Lapangan.

MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi yang harus dilakukan perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanan (services) kepada konsumen. Serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan diambil di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru.
- b. Bagi penulis sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan serta dapat dijadikan sebagai bahan untuk menyelesaikan tugas akhir selanjutnya mengenai kualitas pelayanan terhadap penjualan paket umrah yang diberikan oleh perusahaan jasa.
- c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang kualitas pelayanan di objek yang berbeda.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithami, Berry dan Parasuraman, (dalam Zulian Yamit, 2005) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

- a) *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
- b) *Emphaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan konsumen.
- c) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah disajikan.
- d) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- e) *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.

Kualitas sebagai alat strategi mempunyai kemampuan kompetitif dalam menghadapi perubahan lingkungan, karena selalu berupaya memperbaiki proses implementasi secara terus menerus.

2. Pengertian Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata merupakan usaha pariwisata yang bisnis utamanya adalah membuat/menyusun paket wisata, serta menjualnya kepada wisatawan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang membeli paket wisata. Paket wisata itu adalah beberapa komponen pariwisata (transportasi, akomodasi, restoran, atraksi, dan sebagainya) yang dirangkai menjadi satu paket perjalanan dan dijual dalam kesatuan harga biro. Biro Perjalanan Wisata mengeluarkan produknya berupa “Janji Jasa Perjalanan Wisata” yang dijual dalam

bentuk “ Brosur Paket Wisata” dan Biro Perjalan Wisata harus bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan produk yang dikeluarkannya. Biro Perjalanan Wisata harus menjamin bahwa wisatawan akan menikmati perjalanannya seperti yang tertulis dalam Brosur Paket Wisata yang dikeluarkan Biro Perjalanan Wisata. Untuk kegiatan usahanya Biro Perjalanan Wisata memperoleh laba yaitu selisih harga penjualan dengan total harga semua komponen yang dijualnya dalam paket wisata.

Sumber

Sumber : Data olahan penulis yang diadopsi dari Dimensi Karakteristik Kualitas Pelayanan, Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (dalam Zulian Yamit, 2005 : 10-12)

a. Umrah

Umrah adalah salah satu kegiatan ibadah dalam agama Islam. Hampir mirip dengan Ibadah Haji. Ibadah ini dilaksanakan dengan cara melakukan ritual ibadah di kota suci Mekkah, khususnya di Masjidil Haram. Pada istilah teknis syari’ah, Umrah berarti melaksanakan tawaf di Ka’bah dan sa’i antara Shofa dan Marwah, setelah memakai ihram yang diambil dari miqat. Sering disebut pula dengan haji kecil.

Kerangka Pemikiran

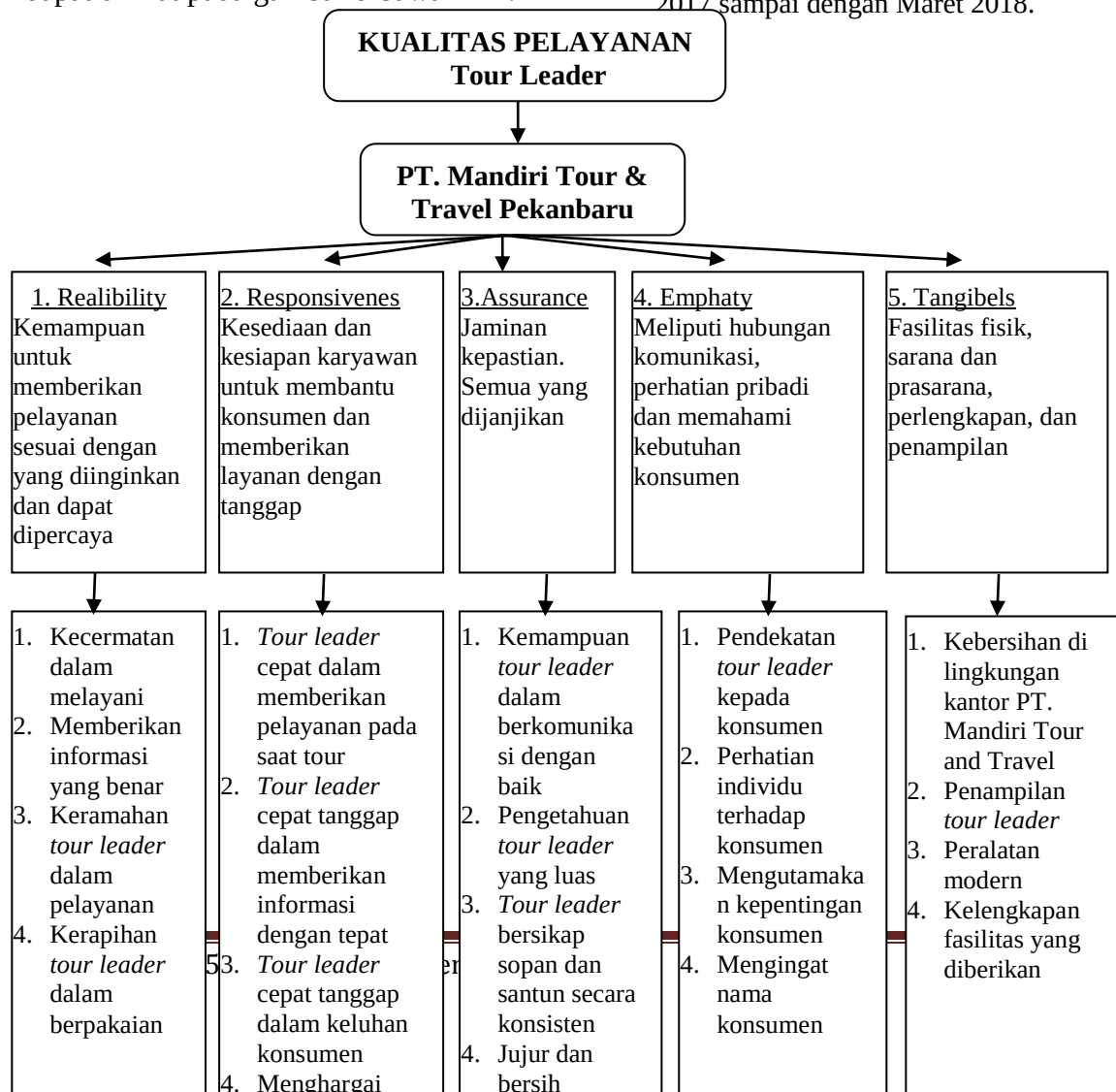
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam tugas akhir ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penulis menjelaskan dengan kualitas pelayanan ibadah Umrah pada PT. Mandiri Tour & Travel Pekanbaru. Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Mandiri Tour & Travel Pekanbaru, Jalan Soekarno Hatta Gg. Cemerlang yaitu dari Desember 2017 sampai dengan Maret 2018.



Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2004), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli paket tour umrah pada PT. Mandiri Tour & Travel Pekanbaru dari tahun 2015 -2017 berjumlah 502 Jamaah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul

representatif atau dapat mewakili (Sugitono 2014). Pengambilan sampel menurut Sugitono 2014) bahwa ukuran yang layak dalam penelitian minimal 30 sampai 500. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel pada konsumen yang membeli paket Umrah di PT. Mandiri Tour & Travel dari Desember 2017 – Maret 2018 berjumlah 60 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara 2 gelombang kegiatan paket Umrah. Yang terdiri dari 34 gelombang pertama dan 26 gelombang kedua.

Cara pelaksanaannya dengan meminta izin kepada *Tour Leader* atau ketua rombongannya untuk membagikan kuesioner pada saat wisatawan atau jamaah mengu barang-barangnya di pengambilan bagasi

Jenis dan sumber data

a.Data primer

b.Data Sekunder

Teknik Pengumpulan data

a.Kuesioner

b Wawancara

c.Dokumentasi

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Konsep sub Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan Karyawan <i>Tour Leader</i> di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru	Realibility	Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat di andalkan	1) Kecermatan dalam melayani 2) Memberikan informasi yang benar 3) Keramahan <i>tour leader</i> dalam pelayanan 4) Kerapihan <i>tour leader</i> dalam berpakaian
	Responsiveness	Kesediaan dan kesiapan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap	1) <i>Tour leader</i> cepat dalam memberikan pelayanan pada saat tour 2) <i>Tour leader</i> cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan tepat 3) <i>Tour leader</i> cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen 4) Menghargai Konsumen
	Assurance	Jaminan kepastian, semua yang dijanjikan	1) Kemampuan <i>tour leader</i> dalam berkomunikasi dengan baik 2) Pengetahuan <i>tour leader</i> yang luas 3) <i>Tour leader</i> bersikap sopan dan santun secara konsisten 4) Jujur dan bersih

	Emphaty	Meliputi hubungan komunikasi, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen	1) Pendekatan <i>tour leader</i> kepada konsumen 2) Perhatian individu terhadap konsumen 3) Mengutamakan kepentingan konsumen 4) Mengingat nama konsumen dengan benar
	Tangibels	Fasilitas disik, sarana dan prasarana, perlengkapan, dan penampilan	1) Kebersihan di lingkungan kantor PT. Mandiri Tour and Travel 2) Penampilam <i>tour leader</i> 3) Peralatan yang modern 4) Kelengkapan fasilitas yang diberikan

Sumber : Diadopsi dari *Dimensi Karakteristik Kualitas Pelayanan*, Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (dalam Zulian Yamit, 2005: 10-12).

Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015), salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan skala *likert*. Caranya menghadapkan responden dengan daftar pertanyaan sebagai alat untuk pengumpulan data atau informasi dari responden dengan daftar pertanyaan sebagai bobot dari jawaban yang ditanyakan. Dalam penelitian ini skor nilai sebagai bobot dari jawaban yang ditanyakan.

Tabel Skala Likert

NO.	KETERANGAN	SKOR
1	Sangat Baik (SB)	5
2	Baik (B)	4
3	Cukup Baik (CB)	3
4	Tidak Baik (TB)	2
5	Kurang Baik (KB)	1

- 1) Untuk setiap sub variabel yaitu *Realibility*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibels* masing-masing mempunyai empat (4) buah pertanyaan. Jadi perhitungan intervalnya sebagai berikut :
- $$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 60 = 300 \\ \text{Skor Terndah} &= 1 \times 60 = 60 \\ \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kriteria Skor} &= \frac{300 - 60}{5} \\ \text{Interval Kelas} &= 48 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas, ditemukan rentang skor sebagai berikut :

Sangat Baik = apabila total skor 252 – 300
 Baik = apabila total skor 204 – 251
 Cukup Baik = apabila total skor 156 – 203
 Kurang Baik = apabila total skor 108 – 155
 Tidak Baik = apabila total skor 60 – 107

- 2) Jadi keseluruhan partanyaan yang akan ditanyakan kepada responden di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru yaitu sebanyak 20 pertanyaan. Yang terdiri dari *Realibility*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibels* dimana masing-masing indikator mempunyai empat pertanyaan maka keseluruhan pertanyaan berjumlah 20. Penilaian tentang Kualitas Pelayana *Tour Leader* Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 20 \times 60 = 6.000 \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 20 \times 60 = 1.200 \\ \text{Inteval Kelas} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kriteria Skor} &= \frac{6.000 - 1.200}{5} \end{aligned}$$

	5
Interval Kelas	= 960
Dari hasil interval diatas, ditemukan rentang skor sebagai berikut :	
Sangat Baik	= apabila total skor 5.040 – 6.000
Baik	= apabila total skor 4.080 – 5.039
Cukup Baik	= apabila total skor 3.120 – 4.079
Tidak Baik	= apabila total skor 2.160 – 3.119
Kurang Baik	= apabila total skor 1.200 – 2.159

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat PT. Mandiri Tour and Travel

PT. Mandiri *Tour and Travel* adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang pariwisata khususnya tour and travel. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 19 Desember 2011 oleh Bapak H. Devi Aprianto, Lc. M.Ag dengan motivasi melayani dan membantu semua tamu yang ingin menjalankan Ibadah Umrah. Perusahaan PT. Mandiri Tour and Travel ini beralamat di Jl. Soekarno Hatta Gg. Cemerlang Pekanbaru. PT. Mandiri Tour and Travel adalah perusahaan yang bergerak aktif hingga kini, hal ini dapat dilihat dari keseluruhan kegiatan-kegiatan perusahaan.

PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru juga menyediakan program perjalanan Haji dan bekerja sama dengan beberapa Perusahaan Travel yang sejenis untuk memberangkatkan sekaligus peserta rombongan Haji. Dan pemilik PT. Mandiri sendiri yang mengadakan pelatihan bagi calon Jamaah Haji yang hendak berangkat.

2. Ruang Lingkup Perusahaan

Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan yaitu :

- Melayani tiket penerbangan domestik, semua rute penerbangan yang ada di

Indonesia, dan juga tiket penerbangan Internasional yaitu :

- Garuda Indonesia
 - Citilink
 - Lion Air
 - Batik Air
 - Air Asia
 - Nam Air
- Melayani refund dan cancel tiket maupun rebook tiket yang sudah ada bagian tersendiri untuk melakukannya.
 - Melayani paket tour dalam negeri.
 - Melayani paket tour Umrah.
3. Aktivitas Kerja PT. Mandiri Tour and Travel

HARI	JAM
Senin – Jum'at	08.00 – 17.00
Sabtu	08.0 – 15.00

B. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Tour Leader Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel

1. Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa *tour* PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru, konsumen dipilih oleh peneliti sebagai responden karena sudah pernah menggunakan jasa *tour* dan merasakan pelayanan yang diberikan *tour leader* Umrah PT. Mandiri Tour and travel. Kemudian untuk lebih lanjut akan dibedakan berdasarkan beberapa kategori kategori yaitu :

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner yang peneliti lakukan di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru dengan jumlah responden sebanyak 75 responden. Hasil yang di peroleh oleh peneliti di lapangan dapat dilihat pada Tabel berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	37	62 %
2	Perempuan	23	38 %
Total		60	100 %

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

2. Berdasarkan Umur
Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner yang peneliti lakukan di PT. Mandiri

Tour and Travel Pekanbaru yaitu sebanyak 60 orang yang dipilih peneliti berdasarkan umur. Terdapat empat (4) kelompok klasifikasi umur yang dapat dilihat pada Tabel berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	18-26	2	3 %
2	27-35	15	25 %
3	36-44	16	27 %
4	45-52	27	45 %
Total		60 Orang	100 %

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

2. Berdasarkan Asal Daerah
Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner yang peneliti lakukan di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru

yaitu sebanyak 60 orang yang dipilih peneliti berdasarkan asal daerah. Terdapat dua (2) kelompok klasifikasi asal daerah yang dapat dilihat pada Tabel berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

No	Daerah Asal	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pekanbaru	60	100%
2	Luar Pekanbaru	0	0%
Total		60 Orang	100 %

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

2. Berdasarkan Pekerjaan
Berdasarkan hasil dari penyebaran kusioner yang peneliti lakukan di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru yaitu sebanyak 60 orang yang

dipilih peneliti berdasarkan pekerjaan. Terdapat empat (4) kelompok klasifikasi umur yang dapat dilihat pada Tabel berikut :

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PNS	34	57%
2	Pegawai Swasta	5	8%
3	Pelajar/Mahasiswa	2	3%
4	Wiraswasta	4	7%
5	Lainnya	15	25%
Total		60 Orang	100 %

B. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan *Tour Leader* Umrah di PT Mandir Tour and Travel Pekanbaru

1. Realibility

Untuk tanggapan responden mengenai dimensi *Realibility* terdiri dari Memberikan Pelayanan Yang Akurat,

Memberikan Informasi Yang Benar, Keramahan *Tour Leader* Dalam Pelayanan, dan Kerapihan *Tour Leader* Dalam Bepakaian.

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dimensi *realibility*, yaitu :

Tanggapan Responden Mengenai Realibility

No	Indikator	Skala Penilaian					Skor	Hasil
		1	2	3	4	5		
1	Kecermatan dalam melayani	2	5	23	28	2	203	CUKUP BAIK
2	Memberikan informasi yang benar	0	2	32	24	2	212	
3	Keramahan <i>tour leader</i> dalam pelayanan	1	2	34	20	3	202	
4	Kerapihan <i>tour leader</i> dalam berpakaian	1	3	34	20	2	193	
Total					810			

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

a. Kecermatan Dalam Melayani

Dari tabel tersebut bisa dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Realibility* mengenai Kecermatan Dalam Melayani untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, kategori Baik mendapat persentase sebesar 47% dengan jumlah responden sebanyak 28, kategori Cukup Baik dengan persentase 38% dengan jumlah responden sebanyak 23 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 8% dengan jumlah responden sebanyak 5 orang dan kategori Tidak Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden 2 orang dengan nilai 203.

b. Memberikan Informasi yang Benar

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *tour leader* memberikan Informasi yang Benar dan jawaban responden untuk kategori kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden

sebanyak 2 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 40% dengan jumlah responden sebanyak 24, kategori Cukup Baik dengan persentase 53% dengan jumlah responden sebanyak 32 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 212.

d. Keramahan *Tour Leader* Dalam Pelayanan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Realibility* mengenai Keramahan *Tour Leader* Dalam Pelayanan di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 5% dengan jumlah responden sebanyak 3 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 33% dengan jumlah responden sebanyak 20, kategori Cukup Baik dengan persentase 57% dengan jumlah responden sebanyak 34 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dan kategori Tidak Baik dengan

persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan nilai 202.

2. Kerapihan *Tour Leader* Dalam Berpakaian

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Realibility* mengenai Kerapihan *Tour Leader* Dalam Berpenampilan di untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 33% dengan jumlah responden sebanyak 20, kategori Cukup Baik dengan persentase 57% dengan jumlah responden sebanyak 34 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 5% dengan jumlah responden sebanyak 3

orang dan kategori Tidak Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden 1 orang dengan nilai 193.

2. *Responsiveness*

Dimensi *Responsiveness* disini mencakup 4 (empat) indikator yaitu : *Tour Leader* Cepat Dalam Memberikan Pelayanan Pada Saat Tour, *Tour Leader* Cepat Tanggap Dalam Memberikan Informasi Dengan Tepat, Karyawan Cepat Tanggap Dalam Menangani Keluhan Konsumen dan Menghargai Konsumen.

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dimensi *responsiveness*, yaitu :

Tanggapan Responden Mengenai *Responsiveness*

No	Indikator	Skala Penilaian					Skor	Hasil
		1	2	3	4	5		
1	Karyawan cepat dalam memberikan pelayanan pada saat tour	0	8	22	21	9	211	CUKUP BAIK
2	Karyawan cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan tepat	0	7	33	16	4	197	
3	Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen	1	9	34	14	2	153	
4	Menghargai Konsumen	0	1	25	29	5	218	
Total Skor							779	

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

a. Karyawan Cepat Dalam Memberikan Pelayanan pada Saat Tour

Berdasarkan tabel di atas mengenai Karyawan Cepat Dalam Memberikan Pelayanan Pada Saat Tour dengan jawaban dimulai dari kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 15% dengan jumlah responden sebanyak 9 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 35% dengan jumlah responden sebanyak 21 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 37% dengan jumlah responden 22, kategori Kurang Baik dengan persentase 13% dengan jumlah responden sebanyak 8 dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 211.

b. Karyawan Cepat Tanggap Dalam Memberikan Informasi Dengan

Tepat

Berdasarkan tabel diatas mengenai Karyawan Cepat Tanggap Dalam Memberikan Informasi Dengan Tepat dengan jawaban dimulai dari kategori kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 7% dengan jumlah responden sebanyak 4 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 27% dengan jumlah responden sebanyak 16 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 55% dengan jumlah responden 33, kategori Kurang Baik dengan persentase 12% dengan jumlah responden sebanyak 7 dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 197.

c. Karyawan Cepat Tanggap Dalam Menangani Keluhan Konsumen

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada tabel mengenai

TourLeader Cepat Tanggap Dalam Menangani KeluhanKonsumen dengan jawaban terbanyak dimulai dari Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, Kategori Baik dengan persentase sebesar 23% dengan jumlah responden sebanyak 14 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 57% dengan jumlah responden sebanyak 34 orang dan kategori Kurang Baik dengan persentase sebesar 15% dengan jumlah responden sebanyak 9 orang dan kategori Tidak Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 dengan nilai 153.

d. Menghargai Konsume

Berdasarkan tabel di atas mengenai Menghargai Konsumen dengan jawaban dimulai dari kategori

Sangat Baik dengan persentase sebesar 8% dengan jumlah responden sebanyak 5 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 48% dengan jumlah responden sebanyak 29 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 42% dengan jumlah responden 25, kategori Kurang Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 218.

3. Assurance

Untuk tanggapan responden mengenai dimensi Assurance terdiri dari Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi Dengan Baik, Pengetahuan Tour Operator Yang Luas, serta Jujur dan Bersih. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dimensi Assurance, yaitu:

Tanggapan Responden Mengenai Assurance

No	Indikator	Skala Penilaian					Skor	Hasil
		1	2	3	4	5		
1	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan baik	0	2	24	32	2	212	BAIK
2	Pengetahuan <i>tour leader</i> yang luas	0	0	28	27	5	217	
3	<i>Tour leader</i> bersikap sopan dan santun secara konsisten	0	1	26	29	4	216	
4	Jujur dan bersih	0	1	24	26	4	198	
Total Skor							843	

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

- a. Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi Dengan Baik
Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan Assurance yaitu Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi Dengan Baik di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 43% dengan jumlah responden sebanyak 24 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 53% dengan jumlah responden 32, kategori

Kurang Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 dan kategori Tidak Puas tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 212 .

- b. Pengetahuan Tour Leader yang Luas
Berdasarkan tabel di atas mengenai Pengetahuan *Tour Leader* yang Luas dengan jawaban dimulai dari kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 8% dengan jumlah responden sebanyak 5 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 45% dengan jumlah responden sebanyak 27 orang, kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 47% dengan jumlah responden sebanyak 28 orang selanjutnya kategori Kurang Baik dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih

- oleh responden dengan nilai 217.
- c. Tour Leader Bersikap Sopan dan Santun Secara Konsisten
Berdasarkan tabel di atas mengenai *Tour Leader* Bersikap Sopan dan Santun Secara Konsisten dengan jawaban di,ulai dari kategori Sangat Pias dengan persentase sebesar 7% dengan jumlah responden sebanyak 4, kategori Pias dengan Persentase sebesar 48% dengan jumlah responden sebanyak 29 orang, selanjutnya kategori Cukup Pias dengan persentase sebesar 43% dengan jumlah responden sebanyak 26 orang, kategori Kurang Pias dengan persentase sebesar 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dan kategori Tidak Pias tidak ada dipilih oleh responden dengan niali 216.
- d. Jujur dan Bersih
Berdasarkan tabel di atas mengenai *Tour Leader* Jujur dan Bersih dengan jawaban di,ulai dari kategori Sangat Pias dengan

persentase sebesar 7% dengan jumlah responden sebanyak 4, kategori Pias dengan Persentase sebesar 48% dengan jumlah responden sebanyak 29 orang, selanjutnya kategori Cukup Pias dengan persentase sebesar 43% dengan jumlah responden sebanyak 26 orang, kategori Kurang Pias dengan persentase sebesar 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dan kategori Tidak Pias tidak ada dipilih oleh responden dengan niali 216.

4. *Emphaty*

Dimensi *Emphaty* disini mencakup 4 (empat) indikator yaitu Pendekatan Karyawan Kepada Konsusmen, Perhatian Individu Terhadap Konsumen, Mengutamakan Kepentingan Konsumen, dan Mengingat Nama Konsumen. Berikut ini adalah deskripsi dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dimensi *Emphaty*, yaitu:

Tanggapan Responden Mengenai *Emphaty*

No	Indikator	Skala Penilaian					Skor	Hasil
		1	2	3	4	5		
1	Pendekatan <i>tour leader</i> kepada konsumen	0	8	22	21	9	211	CUKUP BAIK
2	Perhatian individu terhadap konsumen	0	7	33	16	4	185	
3	Mengutamakan kepentingan konsumen	1	9	21	23	6	204	
4	Mengingat nama konsumen	2	8	20	25	5	203	
Total							803	

Sumber : Data Olaham Penelitian Lapangan 2018

- a. Pendekatan Tour Leader Kepada Konsumen
Berdasarkan tabel di atas mengenai Pendekatan *Tour Leader* kepada Konsumen dengan jawaban dimulai dari kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 15 dengan jumlah responden sebanyak 9 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 35% dengan jumlah responden sebanyak 21 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 37% dengan jumlah responden22,

kategori Kurang Baik dengan persentase 13% dengan jumlah responden sebanyak 8 dan kaegori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh

responden dengan nilai 211.

- b. Perhatian Individu Terhadap Konsumen
Berdasarkan tabel diatas mengenai Perhatian Individu Terhadap Konsumen dengan jawaban dimulai dari kategori kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 7% dengan jumlah responden sebanyak 4 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 27% dengan jumlah responden sebanyak 16 orang, selanjutnya

kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 55% dengan jumlah responden 33, kategori Kurang Baik dengan persentase 12% dengan jumlah responden sebanyak 7 dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 197.

- c. Mengutamakan Kepentingan Konsumen
Berdasarkan tabel di atas mengenai Mengutamakan Kepentingan Konsumen dengan jawaban dimulai dari kategori kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 10% dengan jumlah responden sebanyak 6 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 38% dengan jumlah responden sebanyak 23 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 35% dengan jumlah responden 21, kategori Kurang Baik dengan persentase 15% dengan jumlah responden sebanyak 9 dan kategori Tidak Baik dengan persentase sebesar 2 % dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan nilai 204.

- e. Mengingat Nama Konsumen
Berdasarkan tabel diatas mengenai dengan jawaban dimulai dari kategori kategori Sangat Baik dengan persentase sebesar 8% dengan jumlah responden sebanyak 5 orang, kategori Baik dengan persentase sebesar 42% dengan jumlah responden sebanyak 25 orang, selanjutnya kategori Cukup Baik dengan persentase sebesar 33% dengan jumlah responden 20, kategori Kurang Baik dengan persentase 13% dengan jumlah responden sebanyak 8 dan kategori Tidak Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden 2 orang dengan nilai 203.

5. *Tangibels*

Dimensi *Tangibels* disini mencakup 4 (empat) indikator yaitu Fasilitas Yang Diberikan Sesuai Dengan Yang Dijanjikan, Penampilan Karyawan Peralatan Yang Modern, dan Kelengkapan fasilitas uang diberikan di. Berikut ini adalah deskripsi dari tanggapan responden yang dibagikan melalui kuesioner pertanyaan mengenai kualitas pelayanan dimensi *Tangibels*, yaitu:

Tanggapan Responden Mengenai *Tangibels*

No	Indikator	Skala Penilaian					Skor	Hasil
		1	2	3	4	5		
1	Kebersihan di lingkungan kantor PT. Mandiri Tour and Travel	0	10	35	13	2	187	CUKUP BAIK
2	Penampilan <i>tour leader</i>	0	2	28	24	6	214	
3	Peralatan yang modern	1	2	27	28	2	185	
4	Kelengkapan fasilitas yang diberikan	1	9	36	12	2	185	
Total Skor							794	

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2018

- a. Kebersihan di Lingkungan Kantor PT. Mandiri tour and Travel
Dari tabel tersebut bisa dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Tangibels* mengenai kebersihan di lingkungab kantor PT. mandiri Tour and Trvael untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, kategori Baik mendapat persentase sebesar 22%

dengan jumlah responden sebanyak 13, kategori Cukup Baik dengan persentase 58% dengan jumlah responden sebanyak 35 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 17% dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 187.

b. Penampilan *Tour Leader*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Tangibels* yaitu penampilan *tour leader* di PT Mandiri Tour

and Travel Pekanbaru untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 10% dengan jumlah responden sebanyak 6 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 40% dengan jumlah responden sebanyak 24, kategori Cukup Baik dengan persentase 47% dengan jumlah responden sebanyak 28 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dan kategori Tidak Baik tidak ada dipilih oleh responden dengan nilai 214.

c. Peralatan yang Modern

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Tangibels* yaitu kebersihan di lingkungan kantor yang ada di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 17% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 46% dengan jumlah responden sebanyak 28, kategori Cukup Baik dengan persentase 45% dengan jumlah responden sebanyak 27 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 3% dengan jumlah

Berikut hasil rekapitulasi dari kualitas pelayanan tersebut:

responden sebanyak 2 orang dan kategori Tidak Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan nilai 208.

d. Kelengkapan Fasilitas yang Diberikan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden menjawab untuk kualitas pelayanan *Tangibels* yaitu kelengkapan fasilitas yang diberikan yang ada di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru untuk kategori Sangat Baik dengan persentase 3% dengan jumlah responden sebanyak 2 orang, sedangkan kategori Baik mendapat persentase sebesar 20% dengan jumlah responden sebanyak 12, kategori Cukup Baik dengan persentase 60% dengan jumlah responden sebanyak 36 orang, kategori Kurang Baik dengan persentase 15% dengan jumlah responden sebanyak 9 orang dan kategori Tidak Baik dengan persentase 2% dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan nilai 208.

Rekapitulasi Mengenai Pelayanan *Tour Leader* di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	TOTAL	KATEGORI TOTAL
Kualitas	Reality	1. Kecermatan dalam melayani	203	$\frac{810}{4} = 202$
		2. Memberikan Informasi yang benar	212	
		3. Keramahan <i>tour leader</i> dalam pelayanan	202	
		4. Kerapian <i>tour leader</i> dalam berpakaian	193	
		TOTAL SKOR	869	CUKUP BAIK
	Responsiveness	1. <i>Tour leader</i> cepat dalam memberikan pelayanan pada saat tour	211	$\frac{779}{4} = 194$
		2. <i>Tour leader</i> cepat tanggap dalam memberikan informasi dengan cepat	197	
		3. <i>Tour leader</i> cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen	153	
		4. Menghargai konsumen	218	
		TOTAL SKOR	779	CUKUP BAIK
	Assurance	5. Kemampuan <i>tour leader</i> dalam berkomunikasi dengan baik	212	$\frac{843}{4}$
		6. Pengetahuan <i>tour leader</i> yang luas	217	

Pelayanan		7. <i>Tour leader</i> bersikap sopan dan santun secara konsisten	216	= 211
		8. Jujur dan bersih	198	
		TOTAL SKOR	849	BAIK
	Emphaty	1. Pendekatan <i>tour leader</i> kepada konsumen	211	<u>810</u> 4 = 201
		2. Perhatian individu terhadap konsumen	185	
		3. Mengutamakan kepentingan konsumen	204	
		4. Mengingat nama konsumen	203	
		TOTAL SKOR	803	CUKUP BAIK
	Tangibels	1. Kebersihan di lingkungan kantor PT. Mandiri Tour and Travel	187	<u>794</u> 4 = 199
		2. Penampilan <i>tour leader</i>	214	
		3. Peralatan yang modern	208	
		4. Kelengkapan fasilitas yang diberikan	185	
		TOTAL SKOR	794	CUKUP BAIK

Dari hasil *rekapitulasi* Tabel 4.11 Bahwa kualitas pelayanan karyawan *tour leader* Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru dapat dilihat melalui 5 (lima) dimensi, dimana dimensi tersebut yaitu *Realibility*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibels* :

2. *Realibility*, yang terdiri dari tiga (4) indikator mendapat perolehan total skor 810 dengan kategori Cukup baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan tour operaor belum sesuai dengan harapan konsumen atau jamaah, terutama dalam hal kemudahan yang dirasakan oleh konsumen PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru.
3. *Responsivenes*, yang terdiri dari tiga (4) indikator mendapat perolehan total skor 779 dengan kategori Cukup baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *tour leader* dalam hal *responsivenes* belum cukup memuaskan konsumen, oleh karena itu *tour leader* harus bisa membuat konsumen merasa diperhatikan tanpa ada diskriminasi dengan konsumen lainnya, dan hal itu bisa membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
4. *Assurance*, yang terdiri dari tiga (4) indikator mendapat perolehan total skor 843 dengan kategori Puas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan tour operator dalam hal *assurance* segi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan memberikan informasi yang benar membuat konsumen menjadi

lebih percaya terhadap apa yang mereka terima dari tour operator.

5. *Emphaty*, yang terdiri dari empat (4) indikator mendapat perolehan total skor 803 dengan kategori Cukup Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan tour operator di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru belum memenuhi harapan dari konsumen atau jamaah, perlu adanya evaluasi yang dilakukan oleh *tour leader* dalam hal merespon keluhan-keluhan konsumen untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan *tour leader*.
 6. *Tangibels*, yang terdiri dari tiga (4) indikator mendapat perolehan total skor 860 dengan kategori Puas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelengkapan fasilitas yang disediakan PT. Mandiri Tour and Tavel belum dapat membantu kegiatan wisata Umrahm terutama bagi jamaah yang memiliki keterbatasan tertentu. Dari hasil total skor dari setiap sub variabel di atas, di ketahui bahwa responden menilai CUKUP BAIK mengenai kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru. Hal tersebut terbukti dari total skor keseluruhan yaitu dengan jumlah 4.036, dari hasil ini di peroleh pada rentang skor 3.120 – 4.079.
- C. Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Tour Leader* di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru
- Untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tour operator di PT.

Mandiri Tour and Travel Pekanbaru, peneliti melakukan wawancara dengan *tour leader* sekaligus Direktur PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru yaitu Ibu Hj. Asni Laily Maulana, berikut hasil wawancaranya :

“... pelayanan memang menjadi hal penting dalam memajukan suatu perusahaan, apalagi Mandiri sendiri perusahaan yang bergerak dibidang jasa dengan salah satu programnya wisata Umrah. Untuk itu Mandiri akan lebih meningkatkan kualitas pelayanan tersebut dengan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut. Kita akan coba memulai dengan menyediakannya alat bantu bagi konsumen yang membutuhkan walaupun nanti barang itu akan jarang digunakan, seperti penyediaan kursi roda. Kemudian lebih meningkatkan kenyamanan konsumen dengan cara cepat tanggap dengan apa yang mereka minta, dan keluhkan disaat tour berlangsung. Kalau dari segi kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait, kita sudah mencoba dengan kompetitor untuk melakukan kerja sama, namun di bidang lain seperti Ibadah Haji. Dan untuk fasilitas pendukung seperti penunjuk arah lokasi perusahaan. Mandiri akan lebih memperjelas di simpang Gang dengan cara pemberian Neon Box lebih, agar konsumen bisa melihat dari pinggir jalan raya gang yang akan mereka masuki dan menuju perusahaan...”

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan Karyawan Tour Leader Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diketahui pelayanan Tour Umrah di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru masuk dalam Kategori CUKUP BAIK. Hal tersebut dari perolehan masing – masing variabel penelitian yang peneliti uraikan di dalam kuesioner penelitian yang telah disebarkan kepada responden konsumen di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru.

2. Faktor yang paling baik menurut tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarkan oleh peneliti di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru adalah faktor *Assurance*. Hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden pada semua indikator, dan *Assurance* memperoleh hasil total tertinggi, yaitu 215. Total skor 215 termasuk dalam kategori BAIK, ini dilihat dari rata-rata keseluruhan hasil tanggapan responden yang berada pada total skor 204-251.
3. Faktor yang perlu di evaluasi dan diperbaiki lagi menurut tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarkan oleh peneliti di PT. Mandiri Tour and Travel adalah faktor *Responsiveness*. Hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden pada semua indikator, dan *Responsiveness* memiliki total terendah, yaitu total skor 194. Total skor 194 termasuk dalam kategori Cukup Puas. Ini dilihat dari rata-rata keseluruhan hasil tanggapan responden yang berada pada total skor 156 - 203. Karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut bukanlah lulusan dari bidang yang digeluti sekarang. Sehingga belum memiliki pengetahuan yang luas mengenai kegiatan tour.

2. Saran

1. Kepada pihak PT, Mandiri Tour and Travel Pekanbaru untuk memperbaiki jika ada fasilitas pendukung untuk kegiatan Tour Umrah seperti penyediaan alat bantu bagi konsumen atau jamaah yang membutuhkan atau yang sudah lanjut usia serta kelengkapan fasilitas yang dijanjikan dalam paketnya. Dan untuk indikator terbaiknya dipertahankan karena merupakan kunci kepercayaan konsumen yang sudah menggunakan jasa di PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru.
2. Untuk kemajuan PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru 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 yang bergerak di bidang jasa seperti PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru 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 program Tour yang mereka inginkan. Bagaimanapun juga penyedia jasa pelayanan harus mengutamakan kepuasan konsumen yang telah memakai jasa pelayanan PT. Mandiri Tour and Travel Pekanbaru.

4. Selalu menerima kritik dan saran dengan baik yang menjadikannya sebagai motivasi untuk memperbaiki kinerja dalam melaksanakan perjalanan wisata.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Gramedia Jakarta.
- Hari, Haryono, 1997. *Kepariwisata*. PT Gramedia Widia Sarana Utama. Jakarta
- Hartono. 2005. *SPSS. Analisis Data dan Penelitian dengan Komputer*. Edisipertama. Penerbit Aditya Media bekerjasama dengan LSFK2P. Yogyakarta
- Hasibuan. 2005. *Pelayanan dalam Dunia Pariwisata*. Penerbit Andi.
- Nyoman. Pendit, 1994. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Paradnya Paramita. Jakarta
- Oka, Yoety. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung
- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi Cetakan Pertama, Cetakan Pertama. Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Bandung
- Sugiyono. 2008. *Sampling Sensus dan Sampling Jenuh*. Bandung
- Yamit, Zulian. 2005. *Kualitas Pelayanan*. Penerbit Andi
- Subadra, I Nengah. 2006. *Pariwisata Indonesia*. Angkasa. Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan kualitatif,*

kuantitatif, dan R & D. Alfabeta. Bandung

- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Umar, Husein. 2001. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Rineke Cipta,2001)
- Wood, Ivone. 2009. *Layanan Pelanggan*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- (<http://www.mampu.gov.my>,1993)
- www.wikipedia.com