

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PROGRAM *TOUR* DI PT. JASA BELITUNG UTAMA

Alter Situmorang¹, Iyan Andrianaⁱ²

Program Studi Teknik Industri, Universitas Komputer Indonesia, Bandung
Jl.Dipati Ukur No 112-116 40132, Telp (022) 2504119, Fax (022) 2533754

Email: 1. alter.morang93@gmail.com

2. iyan.andriana@email.unikom.ac.id

ABSTRAK

PT. Jasa Belitung Utama Tours dan Travel merupakan usaha dibidang pariwisata yang didirikan dengan izin *tour* dan *travel international* dengan *focus* bisnis menyediakan jasa perjalanan wisata international, dalam pelayanannya perlu di analisis kembali untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan dengan menggunakan dimensi pokok yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* serta *tangibles*. lima atribut tersebut memerlukan perbaikan.

Penelitian dilakukan menggunakan metode integrasi *Service Quality* (SERVQUAL) untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel dengan membandingkan kesenjangan antara kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel, kemudian mengkategorikan atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan dengan metode *Importance performance Analysis* (IPA).

Total 72 responden konsumen PT. Jasa Belitung Utama. Hasil penelitian *Service Quality* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum memenuhi kepuasan pelanggan dilihat dari nilai GAP yang hampir semua bernilai negatif. Untuk mengetahui atribut pelayanan yang perlu diperbaiki maka digunakan analisis gabungan *Importance performance Analysis* dan *Servqual* GAP 5 maka prioritas perbaikan harus dilakukan pada kuadran 1 dengan melakukan (*Focus improvement effort here*) perbaikan.

Kata kunci: SERVQUAL, IPA, TOURS TRAVEL dan SLOVIN

1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pelayanan jasa travel semakin dibutuhkan, untuk memudahkan para wisatawan mendapatkan fasilitas tiket pesawat, booking hotel, tempat tujuan wisata, tour guide, dan fasilitas pendukung lainnya sehingga wisatawan merasa puas ketika liburan menggunakan fasilitas travel. Kegiatan ini sangat menguntungkan bagi pihak travel di Indonesia dan masyarakat sekitar meningkatkan perekonomian lebih dari wisatawan yang datang ke

tempat destinasi wisata sekitarnya. PT. Jasa Belitung Utama Tours dan Travel merupakan usaha dibidang pariwisata yang didirikan dengan izin tour dan travel international dengan focus bisnis menyediakan jasa perjalanan wisata international, dengan pembentukan.

Perusahaan pada PT Jasa Belitung Utama, merupakan perusahaan agen perjalanan tertua yang berdiri di JASA BELITUNG UTAMA Belitung sejak tahun 1991, Provinsi Bangka Belitung. Tingginya tingkat pemesanan *tour* dan persaingan pada bisnis jasa ini sangat mempengaruhi kepercayaan dan juga kepuasan konsumen untuk selalu berlangganan kepada PT. Jasa Belitung Utama *Tours* dan Travel, dengan persaingan pelayanan yang semakin tinggi maka peneliti mengangkat permasalahan meningkatkan kualitas jasa yang disediakan PT. Jasa Belitung Utama *Tours* dan Travel dan memperbaiki kekurangan pelayanan apa saja yang tidak dimiliki PT. Jasa Belitung Utama Berdasarkan masalah di atas peneliti akan melakukan **“Analisis Kualitas Pelayanan Pada Program *Tour* Di PT. Jasa Belitung Utama”** dan juga analisis dipengaruhi oleh pilihan tujuan wisata, pilihan penginapan, dan makanan yang akan disiapkan bagi *tour guide* yang sedang melayani, respon ketika dihubungi oleh konsumen untuk pemesanan, komunikasi mudah dimengerti. Harapan dari Perusahaan ini sebagai konsorsium dengan Tin Pension Jl. Pratista Raya 38 Antapani Karyawan Corporation [KOPENKAR].

BANDUNG - INDONESIA Corporation ini menjadi anggota sahamnya di antara agen travel / Fax +62.22.727335 chariman@etsdc.org nicojbu@indosat.net.id *Tours* dan Travel, karena pelayanan jasa yang dirasakan belum tentu sesuai dengan Pada Program *Tour* dengan persepsi yang diinginkan konsumen dan permasalahan yang diangkat oleh peneliti ini ada dalam GAP 5 antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan. “Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan pada perusahaan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan”. (Fandy Tjiptono, Ph.D. dan Gregorius Chandra: Service Quality dan Satisfacton(2016:15). penelitian ini dapat memberikan solusi yang tepat untuk meningkatkan pelayanan jasa bagi para konsumen sehingga PT. Jasa Belitung Utama *Tours* dan Travel bisa meningkatkan pelayanan untuk mampu bertahan dan perusahaan dapat terus mengembangkan usahanya secara baik serta meningkatkan tingkat loyalitas bagi para konsumen.

2 Studi Literatur

2.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subjektif atas hasil yang diperolehnya. Harapan pelanggan merupakan referensi standar kinerja pelayanan, yang sering diformulasikan berdasarkan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan terjadi.

2.2 Service Quality (SERVQUAL)

Kepuasan konsumen jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan konsumen sebelum menggunakan jasa dan hasil persepsi konsumen terhadap jasa tersebut setelah konsumen merasakan kinerja jasa tersebut. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas layanan yang terdiri atas lima dimensi pelayanan kesenjangan, yang merupakan ketidaksesuaian antara persepsi pelayanan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Konsep *servqual* digunakan untuk menghitung gap antara persepsi konsumen terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. Berikut adalah persamaannya:

$$Q=P-E \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan:

Q =Kualitas layanan

P =Perceived service atau kepentingan akan layanan

E = Expected service atau kepuasan akan layanan.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan kelima, dimensi tersebut diyakini bahwa organisasi dapat berhasil menentukan atas jawaban atau hambatan yang muncul dalam melaksanakan pelayanan yang berkualitas.

2.3 Importance performance Analysis (IPA)

Importance performance Analysis (IPA) awalnya digunakan sebagai alat untuk menyusun strategi manajemen perusahaan. Pada hakikatnya, IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi ekspektasi dan kepentingan kedalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan kedalam. Nilai kepentingan diplotkan sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai ekspektasi sebagai sumbu diagonal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan ekspektasi sebagai pusat pemotongan garis.

Dalam menginterpretasi kuadran, keduanya merinci sebagai berikut:

- a) *Focus Improvement efforts here* faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor yang Penting dan atau Diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi Persepsi dan atau Kinerja Aktual yang ada pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.
- b) *Maintain performance* Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap Penting dan Diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

- c) *Medium-low priority* Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat Persepsi atau Kinerja Aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu Penting dan atau terlalu Diharapkan oleh konsumen sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.
- d) *Reduce Emphasis* Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran B.

3 Hasil dan Pembahasan

Data penelitian diperoleh dari pelanggan yang sedang menggunakan jasa servis bengkel Nissan Soekarno Hatta. Proses pengumpulan data yang didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Sampel penelitian yang digunakan yaitu data pelanggan Nissan Soekarno Hatta yang sudah melakukan perbaikan service selama satu tahun. Terdapat jumlah pelanggan rata-rata Nissan Soekarno Hatta selama satu tahun sebanyak 14898 pelanggan. Sampel penyebaran kuesioner menggunakan persamaan Slovin dengan rumus:

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

$$n = 250 / (1 + \frac{1}{(0,5)^2}) = 71,43 = 72$$

Keterangan:

n = Ukuran sample

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang ditoleransi, yaitu (0,5%)

Jumlah Kuesioner yang harus disebar kepada responden sebanyak 71,43 yang dibulatkan menjadi 72 responden. Setelah 30 data responden yang telah Uji validitas data tersebut dinyatakan pernyataan yang di ajukan sudah tepat untuk para responden maka responden pun di tambah sebanyak 42 responden untuk memenuhi penyebaran kuesioner sesuai dengan ukuran sample pada rumus di atas sehingga menjadi 72 responden data. Penutupan sample menggunakan nonprobability sampling, yaitu dengan cara acsidental sampling, penentuan sample berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja responden data ordinal yang secara kebetulan telah melakukan travel di Belitung Utama Tours dan Travel di Jl. Pratista, Antapani kidul, kota Bandung.

Tabel 4.1. Jumlah hasil kuesioner responden dan rata-rata variabel Kenyataan, kepentingan dan harapan.

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PROGRAM *TOUR*
DI PT. JASA BELITUNG UTAMA

Pernyataan	Kenyataan		Kepentingan		Harapan	
	Total	Rata-rata	Total	Rata-rata	Total	Rata-rata
P2	261	3,63	286	3,97	329	4,57
P3	280	3,89	260	3,61	314	4,36
P4	292	4,06	280	3,89	315	4,44
P6	284	3,94	304	4,22	318	4,42
P9	260	3,61	307	4,26	315	4,44
P10	287	3,99	286	3,97	319	4,43
P11	286	3,97	302	4,19	312	4,33
P12	286	3,97	286	3,97	301	4,24
P13	260	3,61	295	4,10	311	4,32
P14	280	3,89	289	4,01	312	4,39
P15	263	3,65	238	3,31	307	4,26
P17	286	3,97	307	4,26	318	4,42
P18	299	4,15	299	4,15	311	4,32
P19	282	3,92	288	4,00	320	4,44
P20	286	3,97	286	3,97	327	4,54

3.1 Service Quality (SERVQUAL)

Data hasil pengolahan data kuesioner pelanggan PT. Jasa Belitung Utama *Tours & Travel* berlokasi di Jl. Pratista, Antapani kidul, kota Bandung dikumpulkan dalam matriks data mentah, untuk tingkat kenyataan dan harapan pelanggan diperoleh gambaran kesenjangan GAP Sevqual anantara tingkat kenyataan dan harapan di PT. Jasa Belitung Utama *Tours & Travel* berlokasi di Jl. Pratista, Antapani kidul, kota Bandung untuk menghitung nilai GAP Servqual sesuai dengan.

Tabel 4.1. Jumlah hasil kuesioner responden dan rata-rata varibel kenyataan, kepentingan dan harapan namun yang di ambil hanya tabel bagian rata-rata Kenyataan dan harapan saja, langkah selanjutnya didapat hasil tingkat Kenyataan pelanggan yang dikurangi tingkat harapan:

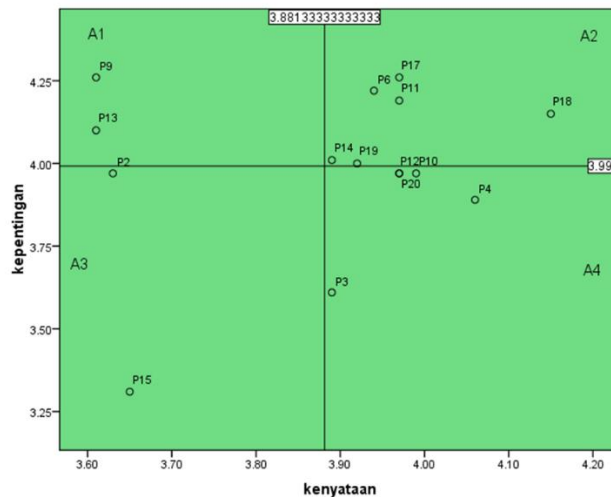
Tabel 4.10. Nilai GAP Servqual Tingkat Kenyataan dan Harapan Pelanggan.

Atribut	Pernyataan	kenyataan	harapan	GAP
P2	Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup.	3,63	4,57	-0,94
P3	Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang.	3,89	4,36	-0,47
P4	Tour guide memakai baju yang sesuai ketika tour.	4,06	4,06	0,00

P6	Saat dihubungi melalui pesawat telfon Customer service menjelaskan dengan baik.	3,94	4,42	-0,47
P9	Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit.	3,61	4,44	-0,83
P10	Pengurusan fasilitas pembookingan tour di kerjakan dengan benar dan tepat.	3,99	4,43	-0,44
P11	Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan travel wisata	3,97	4,33	-0,36
P12	Saat ada konsumen yang sakit pemandu wisata cepat memberi pertolongan	3,97	4,24	-0,27
P13	Respon pemandu wisata langsung di tanggapi saat ada kritik dan saran.	3,61	4,32	-0,71
P14	Tour guide dan customer service sabar dalam menerima keluhan konsumen.	3,89	4,39	-0,51
P15	Makanan yang disajikan layak atau halal bagi konsumen	3,65	4,36	-0,71
P17	Pegawai selalu sopan dalam menjelaskan informasi	3,97	4,42	-0,44
P18	Pihak tour mengasuransikan kegiatan jika terjadi kecelakaan	4,15	4,32	-0,17
P19	Informasi yang disampaikan pegawai mudah dimengerti tiap customer	3,92	4,44	-0,53
P20	Setiap perjalanan customer di berikan sarapan pagi saat di perjalanan	3,97	4,54	-0,57

Important Performance Analysis (IPA) untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Jasa Belitung Utama *Tours & Travel* berlokasi di jl. Pratista, Antapani kidul, kota Bandung bisa diperbaiki dengan efektif dengan menggunakan metode *important performance matrix* sehingga didapatkan pemecahan masalah atribut prioritas yang menjadi perbaikan jasa pelayanan dengan menggunakan strategi memetakan antara kenyataan yang dilakukan dalam pelayanan jasa travel dengan tingkat kepentingan menurut responden para konsumen.

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PROGRAM TOUR
DI PT. JASA BELITUNG UTAMA



Gambar 4.9. Diagram kartesius tingkat kepentingan terhadap tingkat kenyataan.

4 Analisis

a) Analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *service* GAP 5

Data yang didapat dari hasil penyebaran 20 atribut yang sudah di eliminasi menjadi 16 atribut pernyataan tentang pelayanan dan fasilitas yang disiapkan oleh pihak tour kepada 72 responden tentang tingkat harapan, kenyataan dan tingkat kepentingan pelanggan kepada konsumen atau mahasiswa unjani yang telah mengikuti tour dengan tujuan malaysia, vietnam dan thailand di PT. Jasa Belitung Utama dengan menggunakan 5 indikator dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *realibility*, *responsive*, *emphaty* dan *asurance*.

b) Analisis *Importance Performance Analiysis* (IPA)

Importance Performance Analiysis (IPA) dilakukan untuk pengembangan dalam strategi manajemen agar lebih efektif dalam memperbaiki kualitas pelayanan dengan menganalisis prioritas perbaikan dengan pemetaan diagram kartesius berdasarkan harapan, kenyataan dan kepentingan konsumen. Berdasarkan hasil analisis matrix *importance performance analysis* hasil pemetaan antara kepentingan dan kepuasan pelanggan. Hasil dari gambar 4.9. Didapatkan 4 kuadran yang menunjukkan pernyataan atau atribut mana yang perlu diperbaiki:

- 1) Kuadran 1 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan kepentingan konsumen. Di wilayah kuadran 1 perusahaan harus melakukan (*Focus improvement efforts here*) perbaikan.
- 2) Kuadran 2 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kenyataannya relatifnya lebih tinggi. Di area kuadran 2 perusahaan harus melakukan (*maintain performance*).

- 3) Kuadran 3 yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerja kurang istimewa. Di wilayah kuadran 3 perusahaan harus melakukan (*medium-low priority*) menjaga usaha yang sudah dilakukan.
 - 4) Kuadran 4 merupakan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut tersebut dirasakan berlebihan oleh pelanggan. Di area kuadran 4 ini perusahaan harus melakukan (*reduce emphasis*) memantau kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Atribut yang masuk area kuadran 4 adalah pelayanan pada pernyataan.
- c) Analisis gabungan *importance performance analysis* (IPA) dan *servqual* GAP 5
- 1) Kuadran 1 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan kepentingan konsumen. Di wilayah kuadran 1 perusahaan harus melakukan (*focus improvement efforts here*) perbaikan.
 - i) Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit (P9) dalam importance performance analysis dianggap oleh konsumen sangat penting tetapi didalam kenyataannya tidak sesuai, pada service quality GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum sesuai dengan harapan dengan nilai kesenjangan GAP -0,83 kesenjangan paling tinggi ke dua, bahwa harapan yang tinggi dari konsumen belum tercapai, maka harapan dan kepentingan yang tinggi belum sesuai dengan kenyataan sehingga perusahaan harus melakukan prioritas perbaikan pada atribut pernyataan ini pada indikator realibility dalam variabel perhatian bahwa perhatian tour guide dalam menanyakan kesehatan konsumen belum dilakukan secara maksimal.
 - 2) Kuadran 2 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kenyataannya relatifnya lebih tinggi. Di area kuadran 2 perusahaan harus melakukan (*maintain performance*) Merupakan kualitas pelayanan yang sudah diberikan atribut yang masuk area kuadran 2 adalah atribut pelayanan
 - ii) Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan travel wisata (P11) dalam importance performance analysis dianggap oleh konsumen penting dan sudah sesuai dengan kenyataan begitu juga walaupun harapan konsumen masih lebih tinggi namun dinyatakan hampir mendekati sesuai harapan terbukti pada nilai GAP -0,36 nilai tersebut peringkat ke empat paling kecil nilai kesenjangan GAP.
 - 3) Kuadran 3 yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerja kurang istimewa. Di wilayah kuadran 3 perusahaan harus melakukan (*medium-low priority*) menjaga usaha yang sudah dilakukan.
 - iii) Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup (P2) dalam importance performance analysis dianggap oleh konsumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan namun pada service quality GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini sangat tinggi terlihat pada nilai kesenjangan GAP -0,94 bahwa harapan konsumen yang sangat tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen.

- 4) Kuadran 4 merupakan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut tersebut dirasakan berlebihan oleh pelanggan. Di area kuadran 4 ini perusahaan harus melakukan (*reduce emphasis*) memantau kualitas pelayanan yang sudah diberikan.
 - iv) Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang (P3) dalam importance performance analysis dianggap oleh konsumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan namun pada service quality GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum tercapai dengan nilai kesenjangan GAP -0,47 bahwa harapan konsumen yang tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen.

5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil yang didapat pada pengolahan data dan analisis tentang pelayanan tour PT. Jasa Belitung Utama maka didapatkan sebuah kesimpulan sebagai berikut:

- a) Dari hasil penyebaran 21 atribut pernyataan yang dinyatakan valid untuk bisa disebarkan kembali adalah 15 pernyataan atribut pelayanan PT. Belitung Jasa utama kepada 72 responden dari total 250 konsumen yang pernah mengikuti tour PT. Jasa Belitung Utama, tentang tingkat harapan, kenyataan dan kepentingan kepada konsumen PT. Belitung Jasa Utama. Hasil Perhitungan *service quality* dilihat dari hasil nilai GAP antara harapan dan kenyataan konsumen menunjukkan hanya satu atribut pernyataan yang tidak negatif namun ada di nilai 0,00. Selain atribut pernyataan tersebut dinyatakan negatif, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan PT. Jasa Belitung Utama belum bisa memenuhi kepuasan konsumen dengan faktor *emphaty* dalam memberi perhatian dan merespon saat ada kekurangan dalam pelayanan.
- b) Dari hasil *matrix importance performance analysis* hasil pemetaan diagram kartesius maka atribut pelayanan yang berada pada kuadran 1 di jadikan prioritas perbaikan yang artinya perusahaan harus melakukan (*critical attention*) Kepada atribut pernyataan pelayanan P13, dan P9 karena pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi didalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang dirasakan pada peayanan sehingga harapan konsumen dapat dipenuhi PT. Jasa Belitung Utama.
- c) Dari hasil *service quality* dan *matrix importance performance analysis* didapatkan mengukur kualitas dan memetakan pelayanan dimana didapatkan prioritas perbaikan untuk PT. Jasa Belitung Utama pada kuadran empat dimana area ini merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya belum sesuai dengan kepentingan. Begitu juga dengan *service quality* GAP dimana tingkat harapan sangat tinggi namun masih belum sesuai dengan tingkat kenyataannya sehingga diharapkan untuk dilakukan perbaikan atau mengganti apa bila tidak bisa diperbaiki.:

5.2 Saran

Peneliti memberikan saran berdasarkan kesimpulan yang diperoleh yaitu:

- a) Nilai GAP tertinggi sampai terendah pihak perusahaan mulai bisa melakukan prioritas perbaikan kepada pelayanannya agar konsumen bisa merasakan harapan konsumen sudah diperbaiki.
- b) Untuk memperbaiki pelayanan penyediaan fasilitas pada tour keluar negeri. Pihak PT. Belitung Jasa Utama harus mengganti kerjasama pihak tour yang sekarang, kepada pihak yang lebih baik dalam jasa tour untuk penyediaan fasilitas bagi konsumen, agar pelayanan yang diberikan optimal.
- c) Hasil *matrix importance performance analysis* dan *service quality* GAP peneliti berharap pihak perusahaan mengutamakan perbaikan pada area kuadran 4 agar konsumen merasakan perubahan pelayanan yang membaik.
- d) Penelitian ini sangat bisa dilanjutkan ketahap yang lebih mendalam untuk mengetahui seberapa besar pengaruh responden terhadap pelayanan setelah penulis meneliti pelayanan tour pada PT. Jasa Belitung Utama.

6 Daftar Pustaka

- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment. How to Make QFD Work for You*. United States of America: Addison Wisley Publishing.
- Girsang, Irene, V. (2012) *Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Qfd (Studi Kasus Pada Badan Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi Propinsi Sumatera Utara)*. Sumatera: USU (Universitas Sumatera Utara).
- Aldytia R. (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan*, Bandung: YAMAHA JG CIWASTRA.
- Situngkir, Irfian, D. (2013) *Analisis Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa) Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Qfd (Quality Function Deployment) Pada Jurusan Teknologi Mekanik Industri Ptki Medan*. Sumatera: USU (Universitas Sumatera Utara).
- Dodik, F. N. (2008) *Metode kualitas pelayanan*, MALANG: ASSALAAM HYPERMARKET.
- Tajusarof, T. (2012) *Perbaikan Kualitas Pelayanan Yogya Toserba Tasikmalaya Dengan Metode Importance Performance Analysis*. Bandung: UNIKOM.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2015). *Service, Quality dan Satisfaction. Edisi 4*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Mifthahudin., (2017) *Usulan perbaikan pelayanan metode IPA*, Bandung: PT. INDOSENTOSA TRADA.
- Tjiptono. F., dan Diana, A., (2001). *Total Quality Management, Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa. Desain Servqual, QFD dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT. INDEX.