

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN PUSPA TOUR
(PT. PUSPA DEWI UTAMA)**

(Skripsi)

Oleh

**VICKY DWI SAPUTRA
NPM 2013034021**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN PUSPA TOUR (PT. PUSPA DEWI UTAMA)

Oleh

VICKY DWI SAPUTRA

Biro perjalanan wisata khususnya pada kota Bandar Lampung masih banyak yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan *Tour Leader* kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *Tour Leader* (pemandu wisata) di Puspa Tour berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu berjumlah 210 orang dan sampel berjumlah 40 orang. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, kuisioner, studi literatur dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dimensi kualitas pelayanan yaitu daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour and Travel sedangkan 2 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik dan keandalan tidak berpengaruh.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, *tour leader*

ABSTRACT

THE EFFECT OF *TOUR LEADER* SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN PUSPA TOUR COMPANY (PT. PUSPA DEWI UTAMA)

By

VICKY DWI SAPUTRA

Many travel agencies, especially in Bandar Lampung, still pay less attention to the quality of service provided by *Tour Leaders* to customers. This study aims to determine whether the quality of *Tour Leader* service at Puspa Tour has an effect on tourist satisfaction. The research method used is a quantitative method. The population of this study was 210 people and the sample was 40 people. The data collection technique for this study used interviews, questionnaires, literature studies and documentation. The results of the study showed that the three dimensions of service quality, namely responsiveness, assurance and empathy, have a significant influence on customer satisfaction at Puspa Tour and Travel, while the two dimensions of service quality, namely physical evidence and reliability, have no effect.

Keywords: customer satisfaction, service quality, *Tour Leader*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN PUSPA TOUR
(PT. PUSPA DEWI UTAMA)**

Oleh

VICKY DWI SAPUTRA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN PUSPATOUR (PT. PUSPA DEWI UTAMA)**

Nama Mahasiswa : **Vicky Dwi Saputra**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2013034021**

Program Studi : **Pendidikan Geografi**

Jurusan : **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

MENYETUJUI
Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama

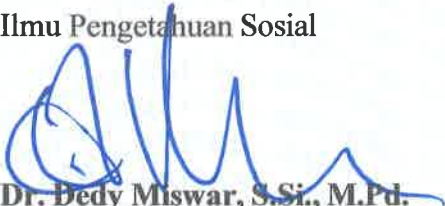

Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.
NIP 19750517 200501 1 002

Pembimbing Pembantu


Drs Sudarmi, M.Si.
NIP 19591009 198603 1 003

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial


Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003

Koordinator Program Studi
Pendidikan Geografi


Dr. Sugeng Widodo, M.Pd
NIP 19750517 200501 1 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

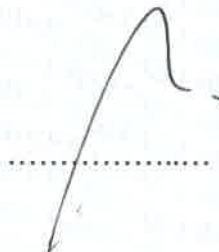
Ketua : **Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.**



Sekretaris : **Drs. Sudarmi, M.Si.**



Penguji : **Dr. Rahma Kurnia SU, S.Si., M.Pd.**



2. Plt. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Riswandi, M.Pd.

NIP 197608082009121001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **8 Januari 2025**

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vicky Dwi Saputra

NPM : 2013034021

Program Studi : S-1 Pendidikan Geografi

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Tour Leader* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Puspa Tour (PT. Puspa Dewi Utama)” tersebut adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup dituntut berdasarkan Undang-Undang dan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, Maret 2025
Yang Membuat Pernyataan,



Vicky Dwi Saputra
NPM 2013034021

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Vicky Dwi Saputra dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 4 Mei 2002. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, putra dari pasangan Bapak Hendra Irawan dan Ibu Futihat.

Pendidikan formal yang telah diselesaikan peneliti sebagai berikut :

1. MI Al-Ijtihad Bandar Lampung lulus pada tahun 2014.
2. MTs Negeri 1 Bandar Lampung lulus pada tahun 2017.
3. MA Negeri 2 Bandar Lampung lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selain itu, peneliti juga aktif di kegiatan organisasi mahasiswa yaitu UKM *E-Sport* sebagai ketua umum dan IMAGE (Ikatan Mahasiswa Geografi) sebagai anggota. Pada tahun 2023 peneliti melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Program Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di Desa Suka Negeri, Kecamatan Gunung Labuhan, Kabupaten Way Kanan.

MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(Surat Al-Anfal ayat 46)

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa tujuan dan arah perencanaan”

(John F. Kennedy)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

(Imam Syafi’i)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim

Dengan segala kerendahan hati terucap syukur untuk segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah Subhannahu Wa Ta'ala. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wassalam. Alhamdulillah Rabbil Alamin dengan berkat, rahmat, dan ridha Allah tugas akhir ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati kupersembahkan karya ini kepada:

Orang Tuaku Tercinta

Bapak Hendra Irawan dan Ibu Futihat yang senantiasa telah membesarkan, mendidik, mengajarkan banyak hal baik, memberikan kasih sayang yang sangat tulus kepadaku, dan pengorbanan yang sangat luar biasa. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang sangat baik dalam bentuk materi maupun moral. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian selama ini, semoga Allah menyayangi kalian sebagaimana kalian menyayangiku.

Kakak dan Adik Tersayang

M. Ikhlas Adiguna dan Fathin Azizan Devano yang senantiasa memberi arahan, doa, dukungan dalam bentuk materi maupun moral, serta semangat kepadaku agar selalu berjuang dan tidak menyerah untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Almamater Tercinta "Universitas Lampung"

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Tour Leader* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Puspa Tour (PT. Puspa Dewi Utama)”, sebagai syarat meraih gelar sarjana di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Rektor Universitas Lampung yang telah berkontribusi membangun Universitas Lampung dan telah memberikan izin serta memfasilitasi mahasiswa dalam penyusunan skripsi.
2. Dr. Riswandi, M.Pd., Plt. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan surat guna syarat skripsi.
3. Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Lampung yang telah membantu dan memfasilitasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Sugeng Widodo, M.Pd., Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Geografi FKIP Universitas Lampung dan juga Dosen pembimbing I dan ketua penguji yang senantiasa mendukung kegiatan di Pendidikan Geografi Universitas Lampung serta memfasilitasi peneliti menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Sudarmi, M.Si., Dosen pembimbing II, sekretaris penguji yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran yang luar biasa serta memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dr. Rahma Kurnia S.U, S.Si., M.Pd., Dosen Pembahas, penguji utama yang telah memberikan bimbingan, saran, nasihat, dan kritik yang sangat bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen serta tenaga kependidikan S-1 Pendidikan Geografi Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman serta membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Puspatur & travel (PT. Puspa Dewi Utama) yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian.
8. Rekan-rekan team prodi pendidikan Geografi, Bapak Angga Margianto, S.Pd., M.Pd., Rafif Afriansyah, S.Pd., M. Satria Akbar, S.Pd., M. Daffa, S.Pd., dan pasangan Ferdiansyah dan Salsabila Ardila Zahra yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa S1 Pendidikan Geografi Universitas Lampung angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT melindungi dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini mungkin masih terdapat kekurangan, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, Januari 2025
Peneliti,

Vicky Dwi Saputra
NPM. 2013034021

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Geografi	6
2.2 Geografi Pariwisata	8
2.3 Pariwisata.....	8
2.4 Biro Perjalanan Wisata	9
2.5 <i>Tour Leader</i>	11
2.6 Kualitas Pelayanan	11
2.7 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.7.1 Tangibles	12
2.7.2 Reliability	13
2.7.3 Responsiveness	13
2.7.4 Assurance.....	13
2.7.5 Emphaty.....	13
2.8 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.9 Penelitian Relevan	16
2.10 Kerangka Berfikir	19
2.11 Hipotesis Penelitian	20
III. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis dan Metode Penelitian	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21

3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.4 Variabel Penelitian	23
3.5 Definisi Operasional Variabel	24
3.5.1 Kualitas Pelayanan <i>Tour Leader</i> (X)	24
3.5.2 Kepuasan Pelanggan (Y)	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6.1 Kuisioner	28
3.6.2 Studi Literatur.....	28
3.6.3 Dokumentasi.....	28
3.7 Instrumen Penelitian.....	28
3.8 Skala Pengukuran	29
3.9 Teknik Analisis Data	29
3.9.1 Uji Instrumen.....	30
3.9.1.1 Uji Validitas	30
3.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.9.2.1 Uji Normalitas.....	31
3.9.2.2 Uji Multikolinearitas	32
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.10 Uji Hipotesis	32
3.10.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	32
3.10.2 Uji F (Uji Serempak)	32
3.10.3 Uji Parsial (Uji T).....	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Peta Lokasi Penelitian	34
4.2 Hasil.....	36
4.2.1 Hasil Uji Instrumen	37
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....	37
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Dasar.....	38
4.2.2.1 Uji Normalitas	38
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	39
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	40
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis	41
4.2.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi R.....	41
4.2.3.2 Hasil Uji F	41
4.2.3.3 Hasil Uji T	42
4.3 Pembahasan Penelitian	43
4.3.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan	43
4.3.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan	46

4.3.3 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	49
4.3.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
4.3.5 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Table 1 Penelitian relevan.....	18
Tabel 2 Populasi.....	26
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4 Skala pengukuran.....	32
Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 6 Hasil uji validitas	39
Tabel 7 Hasil uji validitas variable Y.....	40
Table 8 Hasil uji reliabilitas	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berfikir.....	19
2. Peta Sebaran Pelanggan Puspa Tour and Travel.....	34
3. Peta Lokasi Puspa Tour and Travel	35
4. Hasil Uji Normalitas	38
5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
7. Hasil Uji Koefisien Determinasi R	40
8. Hasil Uji F	41
9. Hasil Uji T.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian.....	52
2. Tanggapan Responden	54

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pola hidup masyarakat Indonesia terutama dalam beberapa tahun terakhir ini sangatlah pesat. Hal itu sejalan dengan perkembangan perekonomian masyarakat yang semakin lama semakin meningkat disetiap kalangannya. Kemudahan dalam berteknologi tersebut, baik komunikasi, transportasi dan kestabilan keadaan politik yang ada, membuat pola kehidupan masyarakat yang dulu hanya memikirkan sandang pangan papan saja kini telah berubah banyak. Kini masyarakat telah memikirkan bahkan menjadikan kebutuhan lain seperti sektor pariwisata menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi.

Isi Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dikemukakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berdasarkan pernyataan tersebut pariwisata didukung oleh semua komponen yang ada didalamnya. Pariwisata merupakan penyumbang penghasilan yang besar bagi daerah. Retribusi daerah sebagian dari sektor pariwisata. Oleh karena itu perkembangan sektor pariwisata perlu dikawal dan dilakukan peningkatan lebih untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat. Tiap-tiap daerah berupaya mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya. Mengacu pada Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan itu pula, kini banyak kalangan masyarakat atau bahkan investor pendukung perkembangan

pariwisata yang bermunculan. Contohnya saja di Daerah Lampung, dengan perkembangan sektor pariwisata yang begitu pesatnya, banyak sekali bermunculan destinasi wisata baru juga wahana wisata baru, dan berbagai fasilitas penunjang seperti akomodasi, moda transportasi, rumah makan dan lain sebagainya. Itu semua dikelola oleh masyarakat, pemerintah daerah dan juga investor.

Sektor biro perjalanan wisata banyak sekali bermunculan. Banyak investor yang datang untuk menanamkan modalnya di sektor Biro Perjalanan Wisata ini dengan gaya dan khasnya sendiri-sendiri untuk lebih menarik pasar. Puspa Tour merupakan salah satu Biro Perjalanan Wisata yang ada di Indonesia khususnya di Lampung, dalam badan usahanya dibawah PT. Puspa Dewi Utama. Perusahaan ini memberikan jenis layanan Biro Peralanan Wisata sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mulai penjualan paket wisata dan juga jasa pramuwisata seperti *tourleader*. Perusahaan ini menjunjung tinggi kualitas dari segi pelayanan untuk menampung berbagai kebutuhan seluruh pelanggan.

Sebuah paket *Tour* terdapat *Tour Leader*. *Tour Leader* adalah seorang yang menjadi pemimpin dalam perjalanan wisata, biasanya memimpin suatu rombongan *tour* untuk berwisata. *Tour Leader* merupakan salah satu pemegang kunci suksesnya sebuah acara perjalanan wisata. Oleh karena itu, dalam penunjukan seorang *Tour Leader* harus betul-betul mempertimbangkan kemampuan *Tour Leader* tersebut dalam segala hal yang diantaranya: bahasa, kedisiplinan, wawasan, sopan santun dan lain sebagainya (Desky, 1999).

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan wisata selalu mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya. Hal ini terbukti melalui sebuah riset (*marketing research*). Pelanggan akan kembali datang dengan sendirinya bila jasa yang perusahaan jual sesuai dengan keinginan pelanggan. Begitu juga dengan kekecewaan pelanggan yang timbul jika perusahaan melakukan kesalahan apapun. Hal ini akan menimbulkan akibat yang buruk bagi suatu perusahaan.

Menurut Tjiptono (2014a) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, yaitu: “*tangible, responsiveness, reability, assurance, dan empathy*”. Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut setelah menggunakan jasa dari PT. Puspa Dewi Utama. Di setiap pelayanan yang diberikan terhadap wisatawan, pasti akan menunjukkan kepuasan ataupun ketidakpuasan wisatawan terhadap hasil layanan tersebut. Pelayanan *Tour Leader* terhadap wisatawan juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada saat melakukan aktivitas wisata.

Hasil wawancara pra penelitian dengan salah satu pengurus biro travel di Kota Bandar Lampung yaitu bapak M. Iksan Kamil selaku General

Manager PT. Puspa Dewi Utama, biro perjalanan wisata khususnya pada Kota Bandar Lampung masih banyak yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan *tourleader* kepada pelanggan, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari biro tersebut.

PT. Puspa Dewi Utama atau Puspa Tour & Travel merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pariwisata perusahaan ini menawarkan produk berupa paket wisata, bukan hanya dalam negeri puspa tour & travel juga menawarkan paket wisata ke luar negeri. Dalam menjalankan usaha dalam bidang wisata Puspa Tour bekerjasama dengan PT. Puspa Jaya Transport sebagai induk usaha sebagai penyedia unit bus pariwisata.

Selama tahun 2023 mulai bulan Juli-Desember puspa tour memiliki beberapa kerjasama perjalanan yaitu dengan Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Unila, Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Lampung dan SMA Seputih Surabaya. Dengan jumlah total peserta 210 orang dengan rincian 89 orang peserta dari Pendidikan Geografi Unila, 76 orang peserta dari Biro Kesra Provinsi Lampung dan 45 orang peserta dari SMA Seputih Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengangkat topik mengenai pengaruh kualitas pelayanan *Tour Leader* terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Maka diperoleh judul penelitian sebagai berikut “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Tour Leader* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Puspa Tour (PT. Puspa Dewi Utama)”.

1.2 Batasan Masalah

Adapun pembatasan masalah yang akan dibatasi oleh peneliti adalah pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati *tourleader* terhadap kepuasan pelanggan puspatour.

1.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour?
2. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah kualitas pelayanan *Tour Leader* (pemandu wisata) di Puspa Tour berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

1. Mengetahui apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour.
2. Mengetahui apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour.

3. Mengetahui apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour.
4. Mengetahui apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour.
5. Mengetahui apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Puspa Tour.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Program Studi Pendidikan Geografi Unila

Sebagai referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang berkeinginan untuk meneliti korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan yang pernah peneliti pelajari dalam tatap muka di kelas. Serta menjadi tolak ukur kemampuan mahasiswa.

2. Bagi tempat penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu ataupun sebagai acuan dalam inovasi, arah perkembangan dan saran positif untuk proses perkembangan perusahaan dan juga evaluasi dalam hal pelayanan.

3. Bagi penulis

Menjadi ilmu dan pengalaman baru bagi penulis, juga menjadi salah satu syarat untuk kelulusan dan memperoleh gelar S1 di Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Lampung.

4. Bagi pendidikan

Sebagai materi untuk mata pelajaran geografi kelas XI pada sub materi sebaran dan pengolahan sumber daya kehutanan, pertambangan, kelautan dan pariwisata.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Geografi

Geografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *geo(s)* dan *graphien*. *Geo (s)* artinya bumi dan *graphien* artinya menggambarkan, mendeskripsikan atau mencitrakan. Seminar dan lokakarya Ikatan Geografi Indonesia (IGI) tahun 1988 menjelaskan definisi geografi yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari perbedaan dan persamaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan dan kewilayahan dalam konteks keruangan (Aksa, 2019). Dalam pertemuan Ikatan Geografi Indonesia (IGI) pada pertemuan ilmiah tahunan tahun 1988, Para Ahli Geografi Indonesia mengungkapkan terdapat sepuluh konsep esensial geografi yang dapat digunakan dalam mempelajari atau memahami geografi, yaitu konsep lokasi: konsep lokasi menjadi ciri khusus ilmu pengetahuan geografi secara pokok konsep lokasi dibedakan menjadi lokasi absolut dan lokasi relatif.

Ilmu pengetahuan geografi terpadu tidak hanya memfokuskan kajiannya pada objek materialnya saja, tetapi lebih menekankan pada sudut pandang keilmuannya. Menurut Peter Hagget (Effendi, 2020) untuk menemukan masalah geografi, maka digunakan tiga bentuk pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan keruangan: fenomena geografi berbeda dari wilayah yang satu dengan wilayah yang lain dan mempunyai pola keruangan/spasial tertentu (*spatial structure*).

2. Pendekatan ekologi: fenomena geografi membentuk suatu rangkaian yang saling berkaitan di dalam sebuah sistem, dengan manusia sebagai unsur utamanya.
3. Pendekatan kompleks wilayah: analisis kompleks wilayah merupakan perpaduan antara analisis keruangan dan analisis ekologi.

2.2 Geografi Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu objek material geografi karena pariwisata tercakup dalam dimensinya. Dimensi ini menurut Williams dan Lew (2015)

diantaranya:

1. interaksi manusia-lingkungan dan *landscape*,
2. konservasi, manajemen lokasi dan lingkungan,
3. persepsi ke lingkungan dan *sense of place*,
4. *spatial behavior* dan mobilitas manusia.

Dimensi objek material geografi yang menjadi salah satu inti pariwisata adalah mobilitas manusia. *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) mengembangkan pengertian pariwisata sebagai aktivitas *travelling* di lingkungan yang baru dan berbeda dengan lingkungan asalnya untuk melakukan kegiatan wisata menikmati waktu senggang.

Aktivitas pada lingkungan yang baru terlebih dahulu membutuhkan pergerakan wisatawan dari daerah asalnya menuju daerah baru yang dituju sebagai lokasi aktivitas berwisata. Pergerakan sebagai salah satu inti pariwisata juga disampaikan dalam konsep pariwisata oleh Matthieson dan Wall dalam Mason (2003) yang menekankan pariwisata sebagai pergerakan manusia dari daerah asal menuju daerah tujuan.

2.3 Pariwisata

Pariwisata merupakan fenomena yang saat ini sedang populer untuk dikembangkan sebagai penghasil devisa negara dari non migas, karena industri pariwisata relatif tidak menimbulkan polusi atau pun kerusakan lingkungan. Pengertian tentang pariwisata sudah banyak diulas oleh beberapa ahli. Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah serta pengusaha dan Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Menurut definisi yang lebih luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan oleh perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, dalam Pitana, 2002) dan secara bebas diberikan pengertian bahwa pariwisata adalah merupakan gejala abad modern yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan penggantian hawa, penikmatan terhadap keindahan alam, kesenangan dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan peningkatan perekonomian masyarakat sebagai hasil dari berkembangnya hasil perkembangan niaga, industri dan transportasi.

2.4 Biro Perjalanan Wisata

Ahira (2005) memberi penjelasan biro perjalanan wisata adalah perusahaan ataupun badan usaha yang memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang ataupun kelompok orang yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri. Pelayanan ini meliputi transportasi dan akomodasi lainnya selama perjalanan maupun di tempat tujuan.

Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata (Utama, 2017). Biro perjalanan wisata berbeda dengan agen perjalan wisata, dimana perbedaanya yaitu agen perjalanan wisata tidak membuat paket *tour* walaupun agen perjalanan wisata menjual paket *tour*, karena hanya biro perjalanan wisata saja yang bisa membuat sebuah paket *tour*.

Biro perjalanan wisata merupakan barisan terdepan dari industri pariwisata, dengan menjual paket wisata kepada wisatawan secara langsung maupun tidak langsung (Talwar, 2006). Bafadhal (2018) menambahkan kegiatan usaha biro perjalanan wisata bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan paket layanan bagi seseorang, atau sekelompok orang.

Biro perjalanan wisata menjadi bisnis yang dapat bertahan ditengah berbagai badai himpitan krisis ekonomi yang melanda pada saat ini, akan

tetapi tidak semua biro perjalanan wisata menjanjikan bisnis yang menguntungkan, hal ini disadari juga didasari oleh kepercayaan konsumen selaku pemakai produk jasa tersebut, dengan adanya kepercayaan masyarakat atau konsumen maka *brand image* dari biro perjalanan wisata tersebut juga akan menjadi semakin baik. Kepuasan dan loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk bila biro perjalanan wisata mampu menyediakan produk jasa sesuai dengan harapan konsumen.

2.5 *Tour Leader*

Menurut Yoeti (2013) *Tour Leader* adalah seseorang yang dipercayai memimpin suatu perjalanan wisata (*tour*), di dalam maupun di luar negeri. *Tour Leader* adalah karyawan suatu *tour operator*, yang karena keahlian, dan kompetensi yang dimilikinya, dipercaya membawa rombongan wisatawan dari suatu kota ke kota lain, dari suatu destinasi ke destinasi lain. *Tour Leader* berbeda dengan *tour guide*. *Tour Leader* merupakan orang yang menjadi patokan jalannya sebuah perjalanan wisata. Sedangkan *tour guide* adalah seseorang yang akan memandu wisatawan *tour* hanya ditempat wisata yang mereka tuju.

2.6 **Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu bentuk layanan yang diselenggarakan oleh penyedia layanan kepada pengguna layanan tersebut. Definisi kualitas layanan berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan penggunaan layanan serta ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan pengguna layanan (konsumen) (Algifari, 2016). Menurut Tjiptono (2014a) definisi “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan

penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kotler mendefinisikan kepuasan secara umum adalah: “perasaan senang atau kecewa seseorang akibat dari perbandingan *performance* produk yang diterima (dirasakan) dengan yang diharapkannya.” (Kotler, 2009) Dengan demikian kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Dari definisi tersebut, dapat diperoleh komponen kepuasan pelanggan yaitu harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam suatu proses jual beli. Kepuasan konsumen merupakan suatu faktor yang sangat mempengaruhi atau menentukan proses jual beli selanjutnya dari konsumen. Seperti yang dikemukakan Kotler (Kotler, 2009) yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi tingkah laku konsumen selanjutnya. Kepuasan akan dirasakan oleh seorang konsumen setelah ia melakukan pembelian. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah suatu konsep yang berbeda dengan argumen bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi menyeluruh dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan menunjukkan ukuran transaksi tertentu. Oleh karena itu, kepuasan berlangsung dalam jangka pendek. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang dipersepsikan, semakin meningkatnya kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut menegaskan

adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

2.7 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada awal penelitiannya, Parasuraman, Zeithaml & Berry (dalam Tjiptono, 2014) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya, ketiga pakar ini menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut.

menurut Parasuraman dalam Algifari (2016) terdapat lima dimensi utama yang dapat dipergunakan dalam menilai atau menentukan kualitas pelayanan sebagai berikut:

2.7.1. *Tangibles*

Tangibles berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan *Tour Leader*, yang meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan wisata.

2.7.2. *Reliability*

Reliability meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya. *Reliability* juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2.7.3. *Responsiveness*

Responsiveness meliputi keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap. *Responsive* juga berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

2.7.4. *Assurance*

Assurance yaitu pemahaman dan sikap sopan dari karyawan yang berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. *Assurance* berarti juga perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan biasa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

2.7.5. *Emphaty*

Emphaty yaitu perhatian atau pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen. Empati juga berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. memberikan serta mempertahankan kualitas layanan atau jasa yang baik pada pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah, karena bentuk jasa bersifat abstrak dan tidak dapat dirasakan secara langsung. konsumen merupakan penentu akhir dalam menilai kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Bila kualitas pelayanan dari suatu

perusahaan baik, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang setimpal dengan biaya yang mereka keluarkan, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan yang konsumen dapatkan itu tidak sesuai dengan harapannya, konsumen akan merasa kecewa dengan biaya yang telah mereka korbakan.

2.8 Kepuasan Pelanggan

Lovelock dan Wirtz (2011) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah reaksi seseorang pasca pembelian sebuah produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yaitu situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian/kesenangan) atau ketidaksepadanan (tidak senang) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Tjiptono, 2014b).

Wilkie dalam yuniarti (2015) membagi kepuasan konsumen dalam lima elemen sebagai berikut:

- 1) *Expectations*, yaitu pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase pra-pembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai hal-hal yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan produk tersebut.
- 2) *Performance*, yaitu selama mengonsumsi produk konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

- 3) *Comparison*, yaitu setelah mengonsumsi terdapat adanya harapan-harapan pra-pembelian dan persepsi kinerja aktual, yang mendorong konsumen untuk membandingkan keduanya.
- 4) *Confirmation/Disconfirmation*, yaitu hasil konfirmasi tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yang berarti kinerja aktual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.
- 5) *Discrepancy*, yaitu jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan.

2.9 Penelitian Relevan

Table 1 penelitian relevan

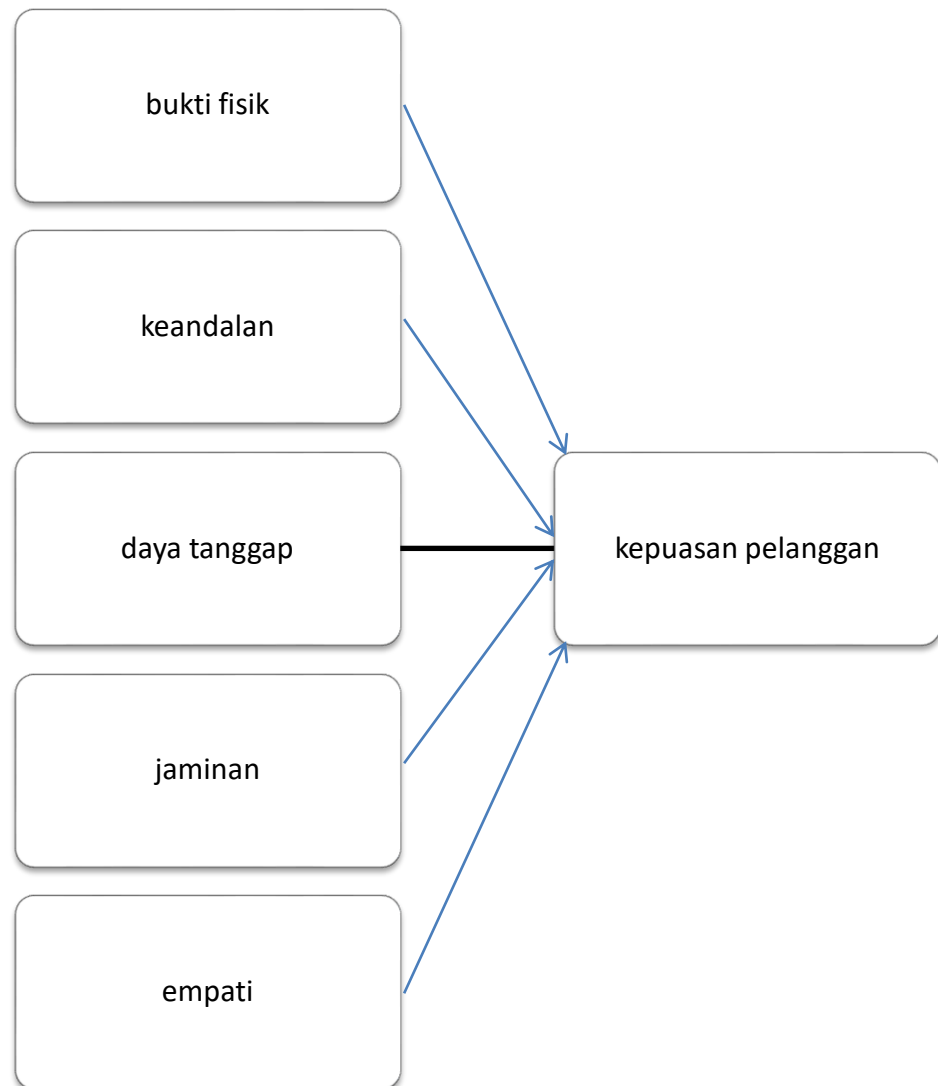
No	Nama	Judul	Hasil	Tahun
1	Rika Yulia Astarina	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Tour Leader</i> Terhadap Kepuasan pelanggan di PT Pesona Ijen Tour and Travel Banyuwangi	Secara parsial dimensi <i>tangible</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 2,673, dimensi <i>reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 2,876, dimensi <i>responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 3,460, dimensi <i>assurance</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 2,903, dan dimensi <i>emphaty</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 3,023. Secara simultan kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Pesona Ijen Tour and Travel Banyuwangi dengan nilai F hitung sebesar 15,927. Serta implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh perusahaan secara keseluruhan saling berkaitan satu dengan yang lainnya, yaitu berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan <i>Tour Leader</i> , seperti lebih	2021

			mengutamakan kenyamanan, dan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Serta, memberikan pelatihan atau training diluar jam kerja guna meningkatkan kompetensi dari <i>Tour Leader</i> .	
2	Anita Rahayu Triani	Kinerja <i>Tour Leader</i> Dalam Meningkatkan Perilaku Pasca Pembelian Di Masa Yang Akan Datang Paket Wisata Di Marga Tour (Survei terhadap Wisatawan yang Menggunakan Paket Wisata Marga Tour Bandung)	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan path analysis antara <i>Tour Leader</i> performance dengan post-purchase behavior maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1. Secara umum gambaran <i>Tour Leader</i> performance di Marga Tour yang meliputi professional competence, interpersonal skills and organization, empathy dan problem solving telah dilaksanakan cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Tour Leader</i> performance memiliki pengaruh sebesar 29,85% terhadap post-purchase behavior. Pengaruh tersebut tergolong tidak terlalu besar karena	2014

pengaruh lainnya kemungkinan besar ada pada faktor lainnya seperti produk, lokasi dan harga yang tidak diteliti oleh penulis. Adapun penilaian wisatawan paling tinggi adalah professional competence sebagai kemampuan *Tour Leader* yang profesional dalam memberikan pelayanan. Sedangkan sub variabel problem solving sebagai keahlian *Tour Leader* dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah saat kegiatan perjalanan wisata, memiliki penilaian paling rendah dari wisatawan yang menggunakan jasa perjalanan wisata di Marga Tour terhadap *Tour Leader* performance. 2. Secara umum gambaran post-purchase behavior di Marga Tour Bandung sudah cukup tinggi. Penilaian terhadap postpurchase behavior dinilai dari beberapa indikator yaitu kesetiaan pada perusahaan (loyalty), keinginan berganti produk (switch), keinginan untuk membayar lebih (pay more), respon ke eksternal (External Response) dan respon ke perusahaan (Internal Response). Jawaban responden menunjukkan bahwa hasil indikator dengan nilai tertinggi dan memiliki pengaruh besar terhadap postpurchase behavior yaitu loyalty. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian positif wisatawan atas pengalamannya menggunakan paket perjalanan wisata di Marga Tour membuat wisatawan ingin kembali melakukan pembelian pada Marga Tour dan bersedia membicarakan serta merekomendasikan hal-hal positif Marga Tour kepada

3	Dian Anggola	Pengaruh Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang	orang lain. 3. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan teknik analisis jalur menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Tour Leader</i> performance terhadap postpurchase behavior. Besarnya pengaruh antara variabel X yaitu <i>Tour Leader</i> performance terhadap variabel Y yaitu post-purchase behavior sebesar 29,85%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari kelima variabel Professional Competence, Interpersonal Skill, Organization Skill, Emphaty, dan Problem Solving secara parsial, berdasarkan hasil oleh data diperoleh satu variabel berpengaruh karena $> t_{tabel} = 1,673$ sedangkan sisanya 4 variabel tidak berpengaruh karena $< t_{tabel} = 1,673$ terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Sedangkan Professional Competence, Interpersonal Skill, Organization Skill, Emphaty dan Problem Solving pemandu wisata secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang yakni ditunjukan dengan nilai hasil Adjusted R Square =0,652 yang menjelaskan kontribusi kualitas pelayanan pemandu wisata sebesar 65,2% terhadap keputusan berkunjung. Sisa 33,8 dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	2020
---	--------------	---	--	------

2.10 Kerangka Berfikir



Gambar 1 kerangka berfikir

2.11 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) mengungkapkan bahwa hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar, atau mungkin salah, akan ditolak jika salah dan diterima kalau fakta-faktanya membenarkan. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan teori dan kajian pustaka serta berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis atau kesimpulan sementara dibuktikan kebenarannya mnegidentifikasi bahwa:

1. Adanya pengaruh yang signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.
2. Adanya pengaruh yang signifikan keandalan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Adanya pengaruh yang signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.
4. Adanya pengaruh yang signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Adanya pengaruh yang signifikan empati terhadap kepuasan pelanggan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian disesuaikan kebutuhan penyelesaian masalah peneliti yaitu jenis metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022) metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut V. Wiratna Sujarweni (2015) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

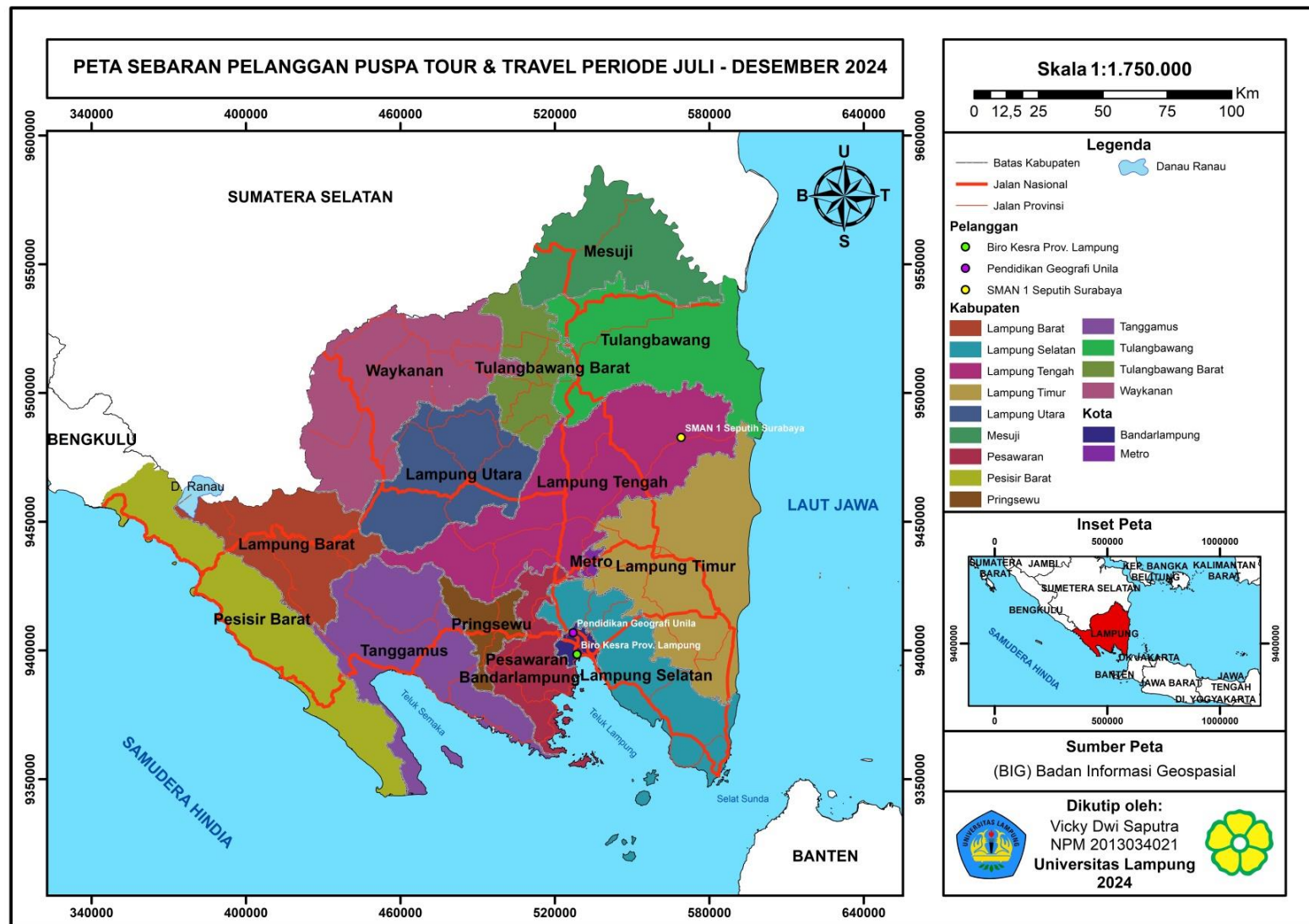
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan PT. Puspa Dewi Utama (Puspa Tour) yang beralamat di Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Labuhan ratu, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132. Selain di PT. Puspa Dewi Utama penelitian ini juga dilakukan di 3 instansi yang menjadi pelanggan Puspa Tour & Travel selama bulan Juli-Desember tahun 2024 yaitu

1. Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Lampung, Jl. Ir. Soemantri Brojonegoro No. 1 Gedong Meneng, Rajabasa, B. Lampung.

2. Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Lampung, Kantor Pemerintah Provinsi Lampung, Jl. Wolter Monginsidi No.69, Talang, Kecamatan Telukbetung Selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung 35221
3. SMAN 1 Seputih Surabaya Lampung Tengah, Jl. Pendidikan, Gaya Baru 8 Seputih Surabaya, Lampung Tengah, Lampung 34158

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juli tahun 2024.



Gambar 2 Peta Sebaran Pelanggan Puspatur & Travel 2023



3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini diambil dari pelanggan yang menggunakan jasa *tour* Puspa Tour pada bulan Juli sampai Desember tahun 2023. Sedangkan perhitungan sampel digunakan teknik *probability Sampling*, dengan metode *simple random sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel yang pengambilan anggota sampelnya diambil secara acak dari semua populasi (Sugiyono, 2018). Menurut Sugiyono (2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, menurut Sugiyono (2022) *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Bila suatu jumlah populasi dalam penelitian telah diketahui, maka perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Yamane (Sugiyono, 2018). Adapun rumus Yamane yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Tabel 2 populasi penelitian

No	Lembaga/Institusi	Jumlah peserta
1	Prodi Pendidikan Geografi Unila	89 orang
2	Biro Kesra Pemprov Lampung	76 orang
3	SMA Seputih Surabaya	45 orang
Total		210 orang

Populasi sebanyak 210 orang, maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{210}{1 + 210(0,05)^2}$$

$$n = 137,7$$

Jumlah ini digenapkan menjadi 140 orang konsumen yang pernah menggunakan jasa *tour* PT Puspa Tour and Travel.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Adapun variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan *Tour Leader* yang disimbolkan dengan huruf “X”
2. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang disimbolkan dengan huruf “Y”

3.5 Definisi operasional variabel

Definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014).

Tabel 3 Definisi Operasional Variabel

variabel	Definisi	Indikator	Skala
Bukti Fisik (x1)	Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan <i>Tour Leader</i> , yang meliputi penampilan dan perfomansi dari fasilitas 13 fasilitas fisik, peralatan, personel dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan wisata.	1. Daya tarik fasilitas fisik, 2. perlengkapan, 3. material yang digunakan perusahaan, 4. penampilan <i>Tour Leader</i> ,	Likert
Keandalan (x2)	Keandalan meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya.	1. Memberikan pelayanan secara tepat dan akurat 2. Menyampaikan jasa tepat waktu sesuai kesepakatan	Likert
Daya tanggap (x3)	Daya tanggap meliputi keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap.	1. Tanggap dalam memberikan pelayanan 2. Merespon permintaan pelanggan dengan baik	Likert
Jaminan (x4)	Jaminan yaitu pemahaman dan sikap sopan dari karyawan yang berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.	1. Mampu meyakinkan konsumen bahwa penyedia jasa mampu memberikan pelayann dengan baik	Likert

		2. Menciptakan rasa aman bagi pelanggan 3. Menguasai kemampuan dan keterampilan	
Empati (x5)	Empati yaitu perhatian atau pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen.	1. Bertindak demi kepentingan pelanggan 2. Memberikan perhatian kepada pelanggan 3. Memiliki jam operasional yang nyaman	Likert
Kepuasan pelanggan (y)	kepuasan pelanggan yaitu situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian/kesenangan) atau ketidaksepadanan (tidak senang) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Tjiptono, 2014a).	1. Harapan Pelanggan 2. Kinerja <i>Tour Leader</i> 3. Kualitas pelayanan yang diberikan	Likert

3.6 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan penelitian, peneliti melakukan metode:

3.6.1 Wawancara

Wawancara dilakukan guna mengetahui perusahaan secara lebih mendalam dan isu atau permasalahan yang sedang atau sering terjadi yang berhubungan dengan variabel yang sedang diteliti.

3.6.2 Kuesioner

Kuesioner dibagikan guna mengetahui bagaimana pendapat konsumen *tour* dari Puspa Tour tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Tour Leader* apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Setelah melakukan analisis kuesioner, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data penelitian yang dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas data untuk memastikan instrumen penelitian dapat digunakan.

3.6.3 Studi Literatur

Studi literatur digunakan sebagai referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang sedang dibahas oleh peneliti.

3.6.4 Dokumentasi

Dokumentasi digunakan peneliti untuk mendukung penelitian ini dengan melampirkan gambaran secara umum tempat penelitian serta gambar-gambar terkait tentang prosedur penelitian yang dilaksanakan.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen yang

digunakan peneliti dengan menggunakan kuesioner, karena dapat mempercepat dan mempersingkat waktu pengumpulan data, karena dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada beberapa responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner tersebut dilakukan dengan menyebarkan *google form* (gform) yang berisi pertanyaan-pertanyaan, selain itu peneliti juga menggunakan wawancara. Wawancara dilakukan guna mengetahui perusahaan secara lebih mendalam dan isu atau permasalahan yang sedang atau sering terjadi yang berhubungan dengan variabel yang sedang diteliti.

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dengan indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan, (Sugiyono 2014).

Menurut Kinnear dalam Umar (2003), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang, dan baik atau tidak baik. Responden kemudian diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu. Maka untuk menjawab dari pertanyaan atau pernyataan tersebut maka jawaban diberi skor sebagai berikut:

Tabel 4 skala pengukuran

No	Ukuran	Skor
1	Sangat Puas	5
2	Puas	4
3	Cukup Puas	3
4	Kurang Puas	2
5	Tidak Puas	1

Sumber: Sugiyono (2014)

3.9 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variable x) terhadap kejadian lainnya (variable y) dimana rumus statistik yang digunakan adalah *Linier Multiple Regression* (regresi linier berganda). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan karyawan (X) yang terdiri dari: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen (Y).

3.9.1 Uji Instrumen

3.9.1.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid

berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:

1. Berdasarkan signifikansi
 - a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid.
 - b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item dinyatakan valid.
2. Berdasarkan nilai korelasi
 - a. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item dinyatakan tidak valid.
 - b. Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji Reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha. Metode pengambilan keputusan untuk uji Reliabilitas menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

3.9.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ansifino, dkk (2016: 94), Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Cara regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parameterik seperti korelasi Pearson mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas yang banyak digunakan yaitu dengan metode Uji Liliefors dengan Kolmogorov-Smirnov. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi (Asymp.sig) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika Signifikansi (Asymp.sig) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.9.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan untuk melihat ada/tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel terikat menjadi terganggu (Ansifino, 2016: 94).

3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ansifino, dkk (2016: 94), uji heteroskedastisitas yaitu untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Selanjutnya dapat dianalisis koefisien determinasi (R) yaitu koefisien determinasi parsial untuk mengukur secara terpisah dampak variabel bebas X1, X2, X3, X4, X5 terhadap variabel Y, dengan bantuan program SPSS pada komputer.

3.10.2 Uji F (Uji Serempak)

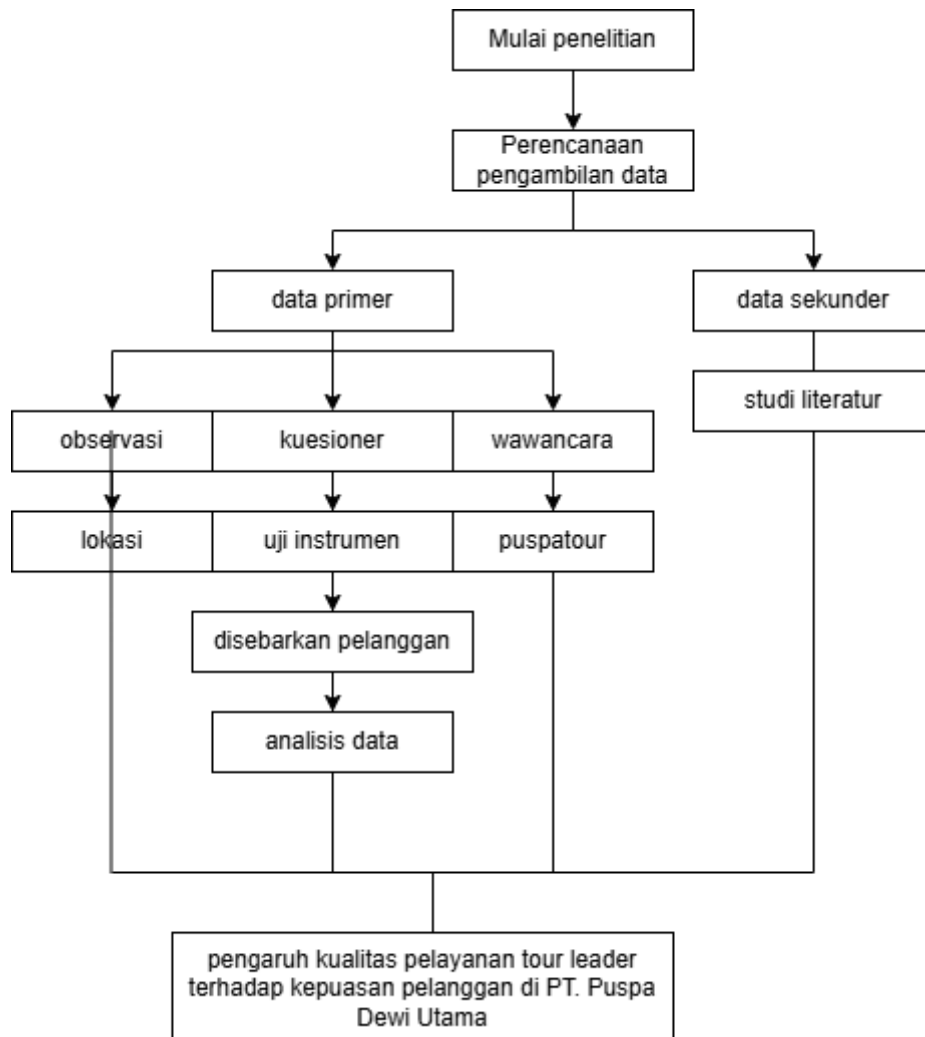
Fhitung > Ftabel, maka H₁ diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila Fhitung < Ftabel, maka H₀ diterima secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

3.10.3 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Santoso (2018) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 atau > 0,05 maka pengaruh terhadap variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terkait (Y). Jika

nilai signifikan uji $t < 0,05$ atau $< \alpha$ maka pengaruh terhadap variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

3.11 Diagram Alir Penelitian



Gambar 4 Diagram Alir Penelitian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah diuraikan pada, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di Puspatour.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan keandalan terhadap kepuasan pelanggan di Puspatour.
3. Terdapat pengaruh signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di Puspatour.
4. Terdapat pengaruh signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan di Puspatour.
5. Terdapat pengaruh signifikan empati terhadap kepuasan pelanggan di Puspatour.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran saran yang kiranya dapat berguna dan menjadi pertimbangan di masa yang akan datang, yaitu bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk semakin memperkaya judul penelitian, dengan menambahkan faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang belum diketahui berapa besar

pengaruhnya, sebab penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh dimensi kualitas pelayanan *Tour Leader* terhadap loyalitas pelanggan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira. 2005. Pengertian Biro Perjalanan Wisata. Dibuka pada tanggal 22 Januari 2016 dari www.anneahira.com/pengertianbiro-perjalanan-wisata.html
- Algifari. 2016. Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance- Performance Analysis* (IPA), dan Model Kano (Edisi Revisi). Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Anggola, Dian, Esya Alhadi, and Hadi Jauhari. "Pengaruh pelayanan pemandu wisata terhadap keputusan berkunjung di museum sultan mahmud badarudin ii kota palembang." *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1.1 2020: 9-19.
- Ansifino, Jolianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. 2016. Buku Ajar Ekonometrika. Yogyakarta: Deepublish.
- Bafadhal, Aniesta Samira. 2018. Perencanaan Bisnis Pariwisata (Pendekatan Lean Planning). Malang: UB Press.
- Cahyani, E. G., Zulkarnain, Z., & Kurnia, R. Utami, S., 2015. *Inventarisasi Potensi Wisata Pantai Way Saral Kecamatan Krui Selatan Kabupaten Pesisir Barat* (Doctoral dissertation, Lampung University).
- Cariena, Aggy, Ni Putu Eka Mahadewi, and I. Putu Sudana. "Pengaruh kualitas pelayanan *Tour Leader* terhadap kepuasan pelanggan pada travel agent kencana wisata tanjung duren Jakarta." *Jurnal IPTA ISSN 2338* 2015: 8633.
- Desky, M.A. 1999. Manajemen Biro Perjalanan Wisata. Yogyakarta: Adicitra Karya Nusa
- Elma Iryana, E. I., Zulkarnain., Nani, S., & Sugeng, W. 2022. Pemberdayaan Masyarakat Kampung Jawa Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung Kecamatan Pesisir Tengah. *Jurnal Penelitian Geografi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, (Alih Bahasa Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Alih Bahasa Benyamin Molan). Indeks. Jakarta.
- Kusmayadi. 2004. *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. 2011. *Service marketing, people, technology, strategy* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lumbantobing, Adriel Reinhard. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Tour Leader Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Happy Tour (PT. Happy Cahya Haryadi)*. Diss. STP AMPTA Yogyakarta, 2020.
- Narbuko, & Achmadi. 2009. *Metodologi penelitian*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Negeri, Rika Yulia Astarina P. Politeknik, and Banyuwangi Aprilia Divi Yustita Politeknik Negeri. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Tour Leader Terhadap Loyalitas Konsumen di PT Pesona Ijen Tour and Travel Banyuwangi." 2021.
- Nugraheni, Irma Lusi, and Dian Utami. "Evaluasi Kesesuaian Lahan untuk Objek Wisata Talang Indah Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu." *Jurnal Penelitian Geografi* 8.1 2020: 63-69.
- Pertiwi, A., Budiyono, B., Utami, S., & Kurnia, R. 2017. *Peranan Objek Wisata Kimal Park Terhadap Keadaan Ekonomi Keluarga di Desa Wonomarto* (Doctoral dissertation, Lampung University).
- Pitana, I Gede, 2002. *Pidato Pengukuhan Guuru Besar Tetap Dalam Bidang Sosial Pariwisata Pada jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Udayana*.
- Randy , & Sondang. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri Terhadap Kepuasan*. *Pengaruh Kualitas LayanJurnal manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-10.

- Riyanto, A. 2015. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan SSP (SPECIAL SUPER PENYET). Artikel.
- Setyosari, Punaji. 2012. Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.
- Siregar, Saudur Markus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Tour Leader Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan di Perusahaan Cv Syahara Aneka Utama*. Diss. STP AMPTA Yogyakarta, 2021.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Talwar, Prakash 2006. Travel and Tourism Management (in 4 volumes). Tourism and Tour Operator's Business (Volume-4). India: Isha Books.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. Service, quality and satisfaction (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2009. Service Marketing: Esensi dan Aplikasi. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono. 2014. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Triani, Anita Rahayu, Ridwan Purnama, and Heri Puspito Diah Setyorini. "Kinerja Tour Leader Dalam Meningkatkan Perilaku Pasca Pembelian Di Masa Yang Akan Datang Paket Wisata Di Marga Tour (Survei terhadap Wisatawan yang Menggunakan Paket Wisata Marga Tour Bandung)." *Tourism and Hospitality Essentials Journal* 4.2 2014: 767-782.

Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.

Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi.

V. Wiratna Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Yoeti, O.A. 2013. *Tour Leader Profesional*. Bandung: CV Angkasa.

Yuniarti, V. S. 2015. *Perilaku konsumen teori dan praktik* (1 ed.). Bandung: CV Pustaka setia.