

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PAKET WISATA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NAIFAH DUTA UTAMA TOURS &
TRAVEL PEKANBARU**

**The Effect of Tour Package's Hospitality Quality to Costumers Satisfaction of
PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru**

By : Mela Purnama Sari
Conselor I. Dra.Hj. Siti Sofro Sidiq, M.Si
Conselor II. Firdaus Yusrizal, SST, MM.Par

Abstract

The formulation of the problem in this research is how the influence of service quality seen from Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty to the satisfaction of customers in PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru. The hypothesis of this research is service quality has significant influence to the satisfaction of package tour customers PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru, (Zeithaml, 2004).

This research is intended to know the influence of service quality (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty) either partially or simultaneously to the satisfaction of customers and to know the more dominant influence from quality service.

This research used quantitative method. There are 100 samples collected using stratified sampling. collecting is done using questioner and documentation. Instrument test is done by validity and reliability test. Multiple linear regression and classical assumption test used as analysis test. Hypothesis test is done by F and T test.

The value of determination coefficient (R Square) 59,7%, it means that the independent variable may describe the dependent variable, while the remaining 40,3% is explained by the other independent variables which are not included in the this study modal.

Multiple linear regression, we get R square determinant coefficient with the number 0,597 or 59,7%. This determination coefficient is used to find out how big the influence of free indicator to dependent indicator. It means that Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty variable have big influence to the customers satisfaction of tour package PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru with total number 59,7% and the rest 40,3% is influence by other indicator, which is not mentioned in this research.

Keywords: Service Quality, customer satisfaction, SPSS

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti : transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata dan lain-lain. Oleh karena itu, industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam mengembangkan pariwisata. (I Nengah Subadra, 2006).

Industri pariwisata merupakan rangkuman dari beberapa macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa pelayanan yang secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanannya. Adapun bentuk-bentuk usaha yang terkait dengan pariwisata mengacu pada penjelasan undang-undang Republik Indonesia tentang kepariwisataan No. 10 tahun 2009 tentang usaha pariwisata.

Karena persaingan di bidang usaha terutama di bidang jasa yang semakin ketat, di ikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat membawa pengaruh lingkungan yang cukup besar sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Keadaan ini tampak dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misi, tujuan dan iklan. Selain itu, banyaknya perusahaan yang menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tuntutan dari komitmen sehingga perusahaan harus memberikan atau mewujudkan dengan berbagai macam strategi agar dapat mempertahankan konsumennya.

Adapun tujuan suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dan volume penjualan yang tinggi. Dan tujuan perusahaan itu dapat dicapai dengan memenuhi kepuasan pelanggan. Keberhasilan dalam volume penjualan tergantung pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen. Dan kebutuhan konsumen akan terpenuhi jika konsumen telah merasa puas dan mendapatkan apa yang diharapkan. Dalam perusahaan jasa, tentu saja yang paling diharapkan konsumen adalah pelayanan yang terbaik, sehingga mereka tidak merasa dikecewakan. Oleh karena itu, jika kita fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, maka tujuan dari perusahaan akan tercapai. Yaitu mendapatkan pelanggan tetap karena merasa puas, serta memenuhi target penjualan.

Sebagai contoh perusahaan jasa yang berhasil memenuhi kebutuhan konsumen dan membuat kepuasan konsumen terpenuhi yaitu pada PT.Alfa mart di Yogyakarta yang merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang pemenuhan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat serta selalu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kenapa perusahaan ini dikatakan telah berhasil karena hingga sekarang perusahaan ini masih bertahan dan jumlah pelanggannya selalu mengalami peningkatan dari pada para pesaing yang ada dan telah meraih penghargaan *World Class Quality Achievement* dan *Service Quality Award*. Kelebihan yang selalu mereka unggulkan yaitu selalu memenuhi kebutuhan konsumen yang disertai dengan

kualitas pelayanan yang sangat baik, sehingga tidak mengecewakan pelanggan mereka (www.Alfamartku.com/juni-2012).

Usaha perjalanan wisata merupakan salah satu diantara jenis industri yang menjual paket wisata yang kemudian disajikan dalam bentuk jasa. Sama halnya yang dilakukan oleh PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru. Perusahaan ini merupakan pihak yang menyediakan kebutuhan konsumen, dan juga melayani tiket pesawat domestik dan internasional, tiket ferri domestik dan internasional, voucher hotel dalam dan luar negeri, tour dalam dan luar negeri, penyewaan mobil, van dan bus pariwisata, pengurusan paspor dan VISA, haji dan umroh dan lain sebagainya. Adapun paket wisata yang ditawarkan oleh PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru adalah sebagai berikut :

Tabel I.1
Daftar Paket Wisata
PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru

No	Paket wisata
1.	Pekanbaru – Bukit tinggi – padang
2.	Pekanbaru – Brastagi – Padang
3.	Danau toba – Brastagi – Medan tour
4.	Jakarta City tour
5.	Jakarta – Bandung tour
6.	Pekanbaru – Jakarta – Jogjakarta
7.	Bali City Tour
8.	Lombok Tour
9.	Pekanbaru – Batu Caves – Genting highland – Kuala lumpur
10.	Pekanbaru – Putrajaya – Genting highland – Kuala lumpur
11.	Putrajaya – Genting highland – Kuala lumpur – Johor Bahru – Singapore
12.	Pekanbaru – Kuala lumpur – Johor Bahru – Singapore – Batam
13.	Pekanbaru – Batam – Singapore City Tour
14.	Batam – Singapore City Tour
15.	Malaka – Putrajaya – Thailand (Hatnyai) – Kuala Lumpur – Genting Highland
16.	Bangkok – Pattaya Tour (thailand tour)
17.	Malaka – Putrajaya – Hatyai – Kuala lumpur – Singapore
18.	Hongkong – shenzen Tour
19.	Beijing – Singapore Tour
20.	New Delhi dan Agra Tour
21.	Kuala Lumpur – Pulau Penang – Brunei Darussalam

Sumber : PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru, 2012

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa paket wisata yang ditawarkan oleh PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru dalam dan luar negeri, namun demikian paket wisata bisa ditambah apabila ada permintaan dari konsumen yang melakukan perjalanan ke tempat lain yang tidak disebutkan di atas.

Menyadari pentingnya usaha untuk memenuhi kepuasan konsumen, maka akan diteliti pengaruh variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap peningkatan kepuasan konsumen PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan paket wisata terhadap kepuasan konsumen pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru”**.

2. Tinjauan Teori

Teori Tentang Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2001), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Umar (2002), pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat *intangible* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen.

Pengertian dan Karakteristik Jasa

Jasa mempunyai banyak arti, mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Seperti menurut Kotler (2000:428), seorang ahli pemasaran mengemukakan pengertian jasa (*service*). Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Tangibles (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.

Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan

harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpati dan akurasi yang tinggi.

Responsiveness (daya tanggap) yaitu kemampuan pihak perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Assurance (jaminan) adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan pihak perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan yang menawarkan paket wisata tersebut.

Empathy (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen

Teori tentang Kepuasan Pelanggan

Menurut Sumarwan (2003) kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

3. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu dalam lingkup pengaruh kualitas pelayanan paket wisata terhadap kepuasan konsumen pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen (pengguna jasa paket wisata) terhadap pelayanan yang dirasakan, yang diberikan dari PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen (pengguna jasa paket wisata) terhadap pelayanan yang didapatkan, yang diberikan dari PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan paket wisata terhadap kepuasan konsumen pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru.

B. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Analisis Deskriptif

Untuk tujuan dari penelitian nomor satu dan dua, penelitian menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada data yang diperoleh dari para responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi data dengan menggunakan teknik teknik tabulasi silang (crosstab).

Analisis Statistik

Dan untuk tujuan nomor tiga dari penelitian ini, peneliti menggunakan analisis statistik. Analisis statistik adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis statistik digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Kuesioner

Metode kuesioner merupakan suatu metode untuk memperoleh data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan untuk mengetahui sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Dokumentasi

Metode ini berkaitan dengan obyek dan subyek penelitian melalui pencatatan dokumen-dokumen dan berkas-berkas dari pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian.

3. Teknik Pengukuran Data

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal, oleh karena itu skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. Jawaban dari kuesioner tersebut diberi bobot skor atau nilai sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju dengan skor 1 (STS)
2. Tidak setuju dengan skor 2 (TS)
3. Ragu-ragu dengan skor 3 (RR)

4. Setuju dengan skor 4 (S)
5. Sangat setuju dengan skor 5 (ST)

Demikian juga untuk variabel terikat dengan alternatif jawaban untuk pertanyaan yang ada dalam kuesioner juga diberi bobot skor atau nilai yang sama dengan di atas.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Profil Responden

Distribusi responden berdasarkan umur (usia)

Dilihat dari usia konsumen / pengguna jasa paket wisata mayoritas dari mereka berusia 21 sampai 30 tahun, kemudian yang berusia lebih dari 31 tahun, dan sedikit yang berusia 10-20 tahun. Kuesioner ini menjelaskan pelanggan / pengguna jasa paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru kebanyakan berusia produktif. Perincian distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat tabel di bawah ini.

Tabel 1.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur (Usia)

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	10-20 tahun	28	28 %
2	21-30 tahun	42	42 %
3	>31 tahun	30	30 %
Total		100	100 %

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2012

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dilihat dari jenis kelamin konsumen / pengguna jasa paket wisata diketahui jumlahnya yaitu konsumen laki-laki 48 % dan perempuan 52 %. Ini artinya pelanggan / pengguna jasa paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru bisa diterima baik bagi laki-laki maupun perempuan.

Tabel 1.3
Distribusi Responden Berdasarkan Umur (Usia)

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Total		100	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2012

2. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Mayoritas pekerjaan konsumen / pengguna jasa paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru adalah pelajar / mahasiswa dengan jumlah 54 %, kemudian diikuti dengan kelompok Pegawai Negeri, Pegawai Swasta dan kelompok wiraswasta dengan jumlah 10 %.

Tabel 1.4

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	54	54%
2	Pegawai Negeri	24	24%
3	Pegawai Swasta	12	12%
4	Wiraswasta	10	10%
Total		100	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2012

3. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah pembelian Paket wisata

Terdapat empat klasifikasi yang digunakan untuk mengelompokkan jumlah pembelian paket wisata yang dilakukan konsumen. Hasil pengujian persentase mendapatkan mayoritas mereka melakukan transaksi paket wisata 1 sampai 3 kali dengan jumlah 66 %.

Tabel 1.5

Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Paket Wisata

No.	Jumlah pembelian Paket wisata	Jumlah	Persentase (%)
1	1-3 kali	66	66%
2	3-5 kali	31	31%
3	5-8 kali	3	3%
4	> 8 kali	-	-
Total		100	100%

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2012

a. Perumusan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$ (Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan terhadap kepuasan konsumen paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru secara simultan).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ (Ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan terhadap kepuasan konsumen paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru secara simultan).

b. Kriteria Pengujian

Kriteria yang digunakan terhadap uji F dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dari hasil pengolahan data diketahui nilai F_{hitung} sebesar 27,825 dengan signifikansi sebesar 2,19. Dari nilai F_{hitung} tersebut diketahui $27,825 > 2,19$ dan $0.000 < 0,05$ sehingga H_0 diterima, dengan kata lain bahwa secara simultan variabel *Tangibles*, *Reliability*,

Responsiveness, Assurance dan Emphaty berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menentukan apakah variabel bebas secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan uji-t. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty* terhadap kepuasan konsumen paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru (Y) secara parsial (individu). Pernyataan hipotesis statistik adalah sebagai berikut ini:

Adapun prosedurnya sebagai berikut :

1. Membuat formulasi hipotesis Sub Variabel x_1

$H_0 : b_1 = 0$: Tidak ada pengaruh sub variabel x_1 secara parsial terhadap variabel Y.

$H_a : b_1 \neq 0$: Ada pengaruh sub variabel x_1 secara parsial terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian :

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05 =$ Terima H_0

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05 =$ Terima H_a .

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi sub variabel x_1 adalah 0,059. Merujuk kepada kriteria pengujian di atas artinya yang diterima adalah H_0 (Tidak ada pengaruh sub variabel x_1 secara parsial terhadap variabel Y). Karena nilai signifikansi sub variabel $x_1 > 0,05$.

2. $H_0 : b_2 = 0$: Tidak ada pengaruh sub variabel x_2 secara parsial terhadap variabel Y.

$H_a : b_2 \neq 0$: Ada pengaruh sub variabel x_2 secara parsial terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian :

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05 =$ Terima H_0

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05 =$ Terima H_a .

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi sub variabel x_2 adalah 0,929. Merujuk kepada kriteria pengujian di atas artinya yang diterima adalah H_0 (Tidak ada pengaruh sub variabel x_2 secara parsial terhadap variabel Y). Karena nilai signifikansi sub variabel $x_2 > 0,05$

3. $H_0 : b_3 = 0$: Tidak ada pengaruh sub variabel x_3 secara parsial terhadap variabel Y.

$H_a : b_3 \neq 0$: Ada pengaruh sub variabel x_3 secara parsial terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian :

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05 =$ Terima H_0

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05 =$ Terima H_a .

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi sub variabel x_3 adalah 0,006. Merujuk kepada kriteria pengujian di atas artinya yang diterima adalah H_a (Ada pengaruh sub variabel x_3 secara parsial terhadap variabel Y). Karena nilai signifikansi sub variabel $x_3 < 0,05$

4. $H_0 : b_4 = 0$: Tidak ada pengaruh sub variabel x_4 secara parsial terhadap variabel Y.

$H_a : b_4 \neq 0$: Ada pengaruh sub variabel x_4 secara parsial terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian :

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05 =$ Terima H_0

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05 =$ Terima H_a .

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi sub variabel x4 adalah 0,594. Merujuk kepada kriteria pengujian di atas artinya yang diterima adalah H_0 (Tidak ada pengaruh sub variabel x4 secara parsial terhadap variabel Y). Karena nilai signifikansi sub variabel x4 $> 0,05$

5. $H_0 : b_5 = 0$: Tidak ada pengaruh sub variabel x5 secara parsial terhadap variabel Y.

$H_a : b_5 \neq 0$: Ada pengaruh sub variabel x5 secara parsial terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian :

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05 =$ Terima H_0

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05 =$ Terima H_a .

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi sub variabel x5 adalah 0,006. Merujuk kepada kriteria pengujian di atas artinya yang diterima adalah H_a (Ada pengaruh sub variabel x5 secara parsial terhadap variabel Y). Karena nilai signifikansi sub variabel x5 $< 0,05$

Pada pengujian regresi linear berganda didapat koefisien determinan *R square* sebesar 0,597 atau 59,7%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh indikator bebas terhadap perubahan indikator terikat. Artinya besar pengaruh dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan konsumen paket wisata pada PT. Naifah Duta Utama Tours & Travel Pekanbaru (Y) adalah sebesar 59,7%, sedangkan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh indikator lain di luar indikator dalam penelitian ini.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima. Sebaliknya, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima. Dari hasil pengolahan data diketahui nilai F_{hitung} sebesar 27,825 dengan F_{tabel} sebesar 2,19. Dari nilai F_{hitung} tersebut diketahui $27,825 > 2,19$ dan $0.000 < 0,05$ sehingga H_a diterima, dengan kata lain bahwa secara simultan variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- Dari hasil uji-t diketahui bahwa variabel *Tangibles*, *Reliability* dan *Assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, Sedangkan pada variabel *Responsiveness* dan *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

2. Saran

Untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan paket wisata, karena secara simultan variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Secara parsial, variabel *Responsiveness* dan *Emphaty* berpengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, rendahnya pengaruh variabel *Tangibles*, *Reliability* dan *Assurance* terhadap Kepuasan konsumen perlu diperhatikan lagi oleh pihak PT. Naifah Duta Utama Tour & Travel agar berpengaruh lebih baik pada kepuasan konsumen dalam paket wisata yang nantinya juga akan berpengaruh baik pada volume penjualan paket wisata.

HALAMAN PERSEMBAHAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberkahi kami sehingga karya tulis ini dapat diselesaikan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih bagi seluruh pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya tulis ini dan berbagai sumber yang telah Penulis gunakan sebagai data dan fakta pada karya tulis ini.

Dengan menyelesaikan karya tulis ini penulis mengharapkan banyak manfaat yang dapat dipetik dan diambil dari karya ini. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat membuka wawasan tentang kualitas pelayanan yang terbaik untuk diberikan kepada para konsumen. Penulis juga mengharapkan kinerja yang lebih baik lagi dan cepat serta efektif dari pihak perusahaan PT.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu tidak berlebihan kiranya jika dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Ali Yusri, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
2. Bapak Drs. H. Chalid Sahuri, M.S, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Ibu Dra. Syofia Achnes, M.Si, selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
4. Ibu Dra.Hj. Siti Sofro Sidiq, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan setiap proses penelitian tugas akhir penulis.
5. Bapak Firdaus Yusrizal, SST, MM. Par selaku Dosen pembimbing II yang juga berpartisipasi membantu dan meluangkan waktu untuk mengarahkan setiap tahapan penelitian yang penulis buat.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pariwisata, terima kasih atas bantuannya terhadap kelancaran proses belajar mengajar yang telah di berikan selama ini. Semoga ilmu yang di berikan dapat bermanfaat di kemudian hari.
7. Untuk keluarga tercinta yang slalu mendoakan kesuksesan penulis dalam memperoleh sarjana.

Dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini, harapan penyusun semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penyusun pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya dan penulis mengucapkan ribuan terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Santoso, Singgih. 2000. Buku *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Wahid Sulaiman. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Andi. Yogyakarta
- Oka A. Yoety. 1983. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Offser. Bandung.
- Oka A. Yoety. 1983. *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa Offser. Bandung.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.