

**KUALITAS PELAYANAN PROSEDUR  
PELAKSANAAN PAKET UMRAH SHOFWAH  
DI PT QIBLAT TOUR BANDUNG**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Diploma-4  
Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



**Disusun Oleh :**

**META KATMAI RAHMAT**

**NIM : 201721860**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

### KUALITAS PELAYANAN PROSEDUR PELAKSANAAN PAKET UMRAH SHOFWAH DI PT QIBLAT TOUR BANDUNG

NAMA : META KATMAI RAHMAT  
NIM : 201721860  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

Pembimbing I,



**Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc.**

NIP. 19850419 200912 1002

Pembimbing II,



**Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom.**

NIP. 19800515 200605 2001

Bandung, Juli 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi  
Akademik dan Kemahasiswaan

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.**

NIP. 19710506 199803 1 001

**Faisal, MM.Par.,CHE**

NIP. 19730706 199503 1 001

## **MOTTO**

“

“

**" Bertaqwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu." - Qs. Al Baqarah: 282**

**"If you don't go after what you want, you'll never have it. And if you don't ask, the answer is always no. Also if you don't step forward, you're always in the same place." -**

**Nora Roberts**

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan Proyek Akhir ini untuk :

Bapa dan mamah saya yang sangat saya sayangi dan yang telah memberikan doa serta dukungan pada saya. Saya ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya karena sudah selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk anaknya.

Teteh dan aa tercinta yang sudah selalu mendukung baik secara material maupun lisan dalam mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Sahabat-sahabat saya yaitu Yustika Nurul Amelia, Dela Ayu Lestari, Setia Lefana, Nabilla Nudmadina, Amelia Febriliani, dan Dina yang sudah banyak membantu dan selalu mendukung saya dalam mengerjakan Proyek Akhir ini.

Kedua dosen pembimbing saya yaitu Bapak Faisal dan Ibu Ina. Saya ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bimbingan dan dukungan yang sudah diberikan selama ini.

Teman-teman satu jurusan terutama MBP 2017 yang sudah selama empat tahun berjuang bersama. Terlebih kepada Tara Zilda dan Tasya Rizma yang selalu membantu saya selama masa perkuliahan ini dan kepada Sarah Jasmine yang sudah selalu berada di samping saya selama masa perkuliahan ini.

# PERNYATAAN MAHASISWA

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : META KATMAI RAHMAT  
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 16 APRIL 1999  
NIM : 201721860  
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN  
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
“ **Kualitas Pelayanan Prosedur Pelaksanaan Paket Umrah Shofwah di PT Qiblat Tour Bandung** “ ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Juli 2021  
Yang membuat pernyataan,



META KATMAI RAHMAT  
NIM : 201721860

## ABSTRAK

PT Qiblat Tour merupakan biro perjalanan wisata yang khusus menyelenggarakan ibadah Haji & Umrah. Salah satu paket Ibadah Umrah yang banyak diminati oleh para jemaah yaitu paket Ibadah Umrah Shofwah. PT Qiblat Tour memiliki visi yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan para jemaah. Mengukur kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan pelayanan yang dirasa masih kurang oleh pelanggan. Dari hasil pra-survei peneliti, PT Qiblat Tour masih memiliki tanggapan yang kurang baik dari pelanggan mengenai kualitas pelayanannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ekspektasi dan persepsi jemaah umrah shofwah 2020 PT Qiblat Tour terhadap kualitas pelayanan paket umrah shofwah di PT Qiblat Tour. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* serta *Importance Perfomance Analysis* untuk mengukur hubungan ekspektasi dan persepsi pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian ini yaitu jemaah umrah paket shofwah yang berangkat pada bulan Januari dan Februari tahun 2020 dengan total sebanyak 1164 jemaah. Sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden dari jemaah umrah shofwah 2020. Hasil dari penelitian ini yaitu jemaah umrah shofwah 2020 merasa belum puas terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, hal ini dikarenakan nilai dari service quality menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan belum memenuhi ekspektasi atau harapan dari para jemaah. Nilai ekspektasi pada service quality sebesar 4,51 sementara persepsi sebesar 4,36. Selain itu, hasil dari *Importance Perfomance Analysis* menunjukkan masih terdapat 7 indikator pada kuadran I atau wilayah kuadran yang indikatornya perlu ditingkatkan. Indikator-intikator tersebut yaitu PT Qiblat Tour memberikan konsumsi dengan menu yang bervariasi, pembimbing memperhatikan kondisi kesehatan para jemaah, seluruh *staff* dan pembimbing memiliki inisiatif untuk menanyakan keperluan khusus jemaah, PT Qiblat Tour memenuhi kebutuhan jemaah sesuai yang dijanjikan, pembimbing memberikan bimbingan pada para jemaah di tempat yang nyaman dan layak selama di tanah air dan tanah suci, petugas *front office* melayani jemaah dengan cepat, pembimbing mampu menjalin komunikasi yang baik dengan para jemaah.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, Ekspektasi, Persepsi, Umrah.**

## **ABSTRACT**

*PT Qiblat Tour is a travel agency that specifically organizes Hajj & Umrah. One of the Umrah packages that are in great demand by pilgrims is the Shofwah Umrah package. PT Qiblat Tour has a vision that is to improve the quality of service and comfort of the pilgrims. Measuring service quality is something that must be done by the company to be able to improve services that are still lacking by customers. From the results of the pre-survey of researchers, PT Qiblat Tour still has unfavorable responses from customers regarding the quality of its service. The purpose of this study is to determine the expectations and perceptions of the 2020 Umrah shofwah congregation at PT Qiblat Tour on the quality of service for the shofwah umrah package at PT Qiblat Tour. In this study, service quality was measured using 5 dimensions of service quality, namely tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance as well as Importance Performance Analysis to measure the relationship between expectations and customer perceptions. This study uses a quantitative approach with a descriptive method. The population of this research is the shofwah package umrah pilgrims who departed in January and February 2020 with a total of 1164 congregants. dimensions of service quality, this is because the value of service quality shows that the perception of service quality received or felt has not met the expectations or expectations of the congregation. Expected value on service quality is 4.51 while perception is 4.36. In addition, the results of the Importance Performance Analysis show that there are still 7 indicators in quadrant I or quadrant areas whose indicators need to be improved. These indicators are PT Qiblat Tour provides consumption with a varied menu, supervisors pay attention to the health conditions of the congregation, all staff and supervisors have the initiative to ask the congregation's special needs, PT Qiblat Tour meets the needs of the congregation as promised, mentors provide guidance to the congregation in a comfortable and proper place while in the homeland and holy land, the front office officer serves the congregation quickly, the supervisor is able to establish good communication with the congregation.*

**Keywords: Service Quality, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance, Umrah, Expectations, Perceptions.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin dengan ini penulis ucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan judul “ **Kualitas Pelayanan Prosedur Pelaksanaan Paket Umrah Shofwah di PT Qiblat Tour Bandung** “.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Proyek Akhir ini tidak lepas dari adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan sehingga tersusunnya Proyek Akhir ini, khususnya kepada :

1. Bapak Faisal, S.ST.Par., MM.Par., CHE sebagai Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom. S.Sos., M.Sc sebagai Kabag. Administrasi dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, sebagai Ketua Jurusan Perjalanan
4. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan dan dosen pembimbing kedua.
5. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Sc., M.Hum sebagai dosen pembimbing pertama.
6. Bapak H. Kiking Mulyadi, S.E, MM., sebagai Manager PT Qiblat Tour Islami Bndung yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti kualitas pelayanan paket umrah shofwah yang ada di PT Qiblat Tour Islami Bandung.



7. Orang tua dan Kakak-kakak tercinta, yaitu Bapak Mamat Rahmat, S.Kom., Ibu Isye Siti Saebursyah, S.pd., Isma Siti Soraya, SE., dan Tomi Mulki Rahmat, S.Kom., yang telah mendukung baik secara moril maupun material sekaligus memberikan banyak saran yang sangat bermanfaat mengenai pembuatan Usulan Proposal Proyek Akhir ini.
8. Yustika, Dela, dan Lefa yang selalu memberikan saran dan dukungan pada peneliti dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
9. Teman-teman Manajemen Bisnis Perjalanan 2017 terutama Tara Zilda yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti.

Pada akhir kata penulis berharap Proyek Akhir ini dapat memberikan wawasan dan manfaat bagi para pembaca dan juga penulis. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya pada pihak-pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Usulan Proposal Proyek Akhir ini.

Bandung, ..... Juli 2021

Penulis,

Meta Katmai Rahmnat

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
MOTTO .....	ii
PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN MAHASISWA .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
<u>DAFTAR ISI.....</u>	<u>ix</u>
<u>DAFTAR GAMBAR.....</u>	<u>xii</u>
<u>DAFTAR GRAFIK.....</u>	<u>xiii</u>
<u>DAFTAR TABEL .....</u>	<u>xv</u>
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan dan Pembatasan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori .....	11
1. Biro Perjalanan Wisata .....	11
2. Paket Wisata.....	12
3. Wisata Religi .....	13
4. Kualitas Pelayanan .....	20
B. Kerangka Pemikiran .....	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN .....	26
A. Pendekatan Penelitian .....	26
B. Obyek Penelitian .....	26
1. Tinjauan Umum Perusahaan.....	27
a. Profil perusahaan.....	27
b. Logo Perusahaan.....	27
c. Legalitas Perusahaan.....	28
d. Produk Paket Umrah Reguler .....	28
C. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
D. Metode Pengumpulan Data.....	32
1. Teknik Kumpul Data.....	32
2. Alat Kumpul Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	35
F. Analisis Data.....	39
1. Teknik Analisis Data.....	39
2. Alat Analisis Data .....	39
3. Uji Validitas.....	43
4. Uji Reliabilitas.....	46

<b>G.</b>	<b>Jadwal Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>.....</b>	<b>48</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>48</b>
<b>A.</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>1.</b>	<b>Hasil Profil Responden .....</b>	<b>48</b>
<b>2.</b>	<b>Ekspektasi .....</b>	<b>54</b>
<b>3.</b>	<b>Persepsi.....</b>	<b>61</b>
<b>B.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>67</b>
<b>1.</b>	<b>Analisis Kepuasan Jemaah .....</b>	<b>67</b>
<b>a.</b>	<b>Nilai Rata-Rata Ekspektasi dan Persepsi.....</b>	<b>67</b>
<b>b.</b>	<b>Penilaian Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>71</b>
<b>c.</b>	<b>Importance – Performance Analysis (IPA).....</b>	<b>73</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>A.</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>81</b>
<b>B.</b>	<b>Rekomendasi .....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 .....	3
GAMBAR 2 .....	27
GAMBAR 3 .....	40
GAMBAR 4 .....	74

## DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 1.....	2
---------------	---

## DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1 .....	48
DIAGRAM 2 .....	49
DIAGRAM 3 .....	50
DIAGRAM 4 .....	50
DIAGRAM 5 .....	52
DIAGRAM 6 .....	53
DIAGRAM 7 .....	54

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 .....	35
TABEL 2 .....	44
TABEL 3 .....	46
TABEL 4 .....	47
TABEL 5 .....	55
TABEL 6 .....	56
TABEL 7 .....	58
TABEL 8 .....	59
TABEL 9 .....	60
TABEL 10 .....	62
TABEL 11 .....	63
TABEL 12 .....	64
TABEL 13 .....	65
TABEL 14 .....	66
TABEL 15 .....	67
TABEL 16 .....	68
TABEL 17 .....	69
TABEL 18 .....	70
TABEL 19 .....	70
TABEL 20 .....	72
TABEL 21 .....	75
TABEL 22 .....	77
TABEL 23 .....	78
TABEL 24 .....	79

.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Dennis L. Foster. (2000). *Introduction to Travel and Tourism*.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*.
- Iwan, Giwangkara. (2018). *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah dan Haji Khusus*.
- Koen, Meyers. (2009). *Pengertian Pariwisata*.
- Lewis, B. R. (2015). Servqual. In *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1–1).  
<https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090654>
- Mojshovich Eidelman, B., Raisovna Fakhrutdinova, L., Aleksandrovich Bunakov, O., Kamilevich Gabdrakhmanov, N., & Valerevna Grigorieva, E. (2017). Religious Tourism In The Tourism System. *Revista San Gregorio*, 5(20), 96–103. <https://doi.org/10.36097/rsan.v5i20.520>
- Nugraha, R., Ambar, H., & Adiarto, H. (2014). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 1(3), 221–231.  
<https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/279>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif*,



*Kualitatif dan R&D).*

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/0092070393211001>