

**PENGEMBANGAN KUALITAS PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
KONSUMEN PAKET WISATA KAWAH IJEN
BANYUWANGI DI RAMEYZA WISATA
INDONESIA**

PROYEK AKHIR

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



Disusun oleh :

NABILLA DINGA ZHAFIRA
201621174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PAKET WISATA
KAWAH IJEN BANYUWANGI DI RAMEYZA WISATA INDONESIA**

NAMA : Nabilla Dinga Zhafira
NIM : 201621174
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Perjalanan
JURUSAN : Perjalanan

Pembimbing I,



Drs. Jacob Ganef Pah, MT
NIP. 19631101 199903 1

Pembimbing II,



Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19800515 200605 2 001

Bandung, 08 September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

MOTTO

بَلِ اللَّهِ مَوْلَانَكُمْ وَهُوَ خَيْرُ النَّاصِرِينَ ﴿١٥٠﴾

But Allah is your protector, and He is the best of helpers.

Surat 'Āli ' Imrān 3:150

“Just because some people are unkind to you, doesn't mean you have to be unkind back. That's how the world changes – one brave person like you being kind.”

Bryant McGill

PERSEMBAHAN

Proyek akhir ini saya persembahkan untuk :

Almarhum Papa yang telah mendahului kami dan tenang di alam sana. Terima kasih karena menjadi orang pertama yang percaya dengan mimpi-mimpiku.

Mama yang paling kusayangi dan menjadi alasan aku tetap berdiri sampai saat ini. Pencapaianku tidak lepas sedikitpun dari doa-doa yang Mama panjatkan setiap saat.

Adikku satu-satunya yang telah mendukung dan menjadi motivasiku untuk segera menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Teman-temanku MBP 2016 yang selama empat tahun telah berjuang bersama di kampus tercinta. Terlebih untuk Destak, Dile, Pirlu, Bile, Nisah, Vian, Mas Wahyu, Abang Abar, Ko Felix, Afi, Gita, Aul, dan Caca. Terima kasih telah menemani suka dan duka selama masa perkuliahan.

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nabilla Dinga Zhafira
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi / 10 September 1997
NIM : 201621174
Program Studi : Manajemen Bisnis Perjalanan
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
Pengembangan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Paket Wisata Kawah Ijen Banyuwangi di Rameyza Wisata Indonesia 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, 08 September 2020

Yang membuat pernyataan,



Nabilla Dinga Zhafira

201621174

ABSTRAK

Taman Wisata Alam Kawah Ijen merupakan salah satu atraksi wisata di Indonesia yang mampu menarik wisatawan mancanegara. Daya tarik utamanya adalah *Blue Fire* atau api biru yang berada di dalam Kawah Ijen. Letaknya yang berada di perbatasan antara dua kabupaten, yaitu Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Bondowoso, membuat destinasi wisata ini dapat diakses dari kedua kabupaten tersebut. Salah satu biro perjalanan wisata yang menawarkan paket wisata Kawah Ijen adalah Rameyza Wisata Indonesia yang berlokasi di Kabupaten Bondowoso. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ekspektasi dan persepsi konsumen paket wisata Kawah Ijen terhadap kualitas pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia sehingga dapat diketahui faktor-faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan dimensi SERVQUAL dan bauran pemasaran pelayanan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dibuat kesimpulan bahwa konsumen paket wisata Kawah Ijen merasa belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rameyza Wisata Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan juga belum maksimal. Maka dari itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen paket wisata Kawah Ijen diperlukan adanya pengembangan kualitas pelayanan melalui faktor-faktor yang terkait.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Ekspektasi, Persepsi.

ABSTRACT

Ijen Crater Nature Tourism Park is one of the tourist attractions in Indonesia that is able to attract foreign tourists. The main attraction is the blue fire inside crater. It is located on the border between two districts, namely Banyuwangi Regency and Bondowoso Regency, making this tourist destination accessible from the two regencies. One travel agency that offers Ijen Crater tour packages is Rameyza Wisata Indonesia, located in Bondowoso Regency. The purpose of this study is to determine the expectations and perceptions of consumers of the Ijen Crater tour package on the service quality in Rameyza Wisata Indonesia so that factors can be identified to improve customer satisfaction by using the SERVQUAL dimension and the marketing mix of services. In this study the authors used a quantitative approach with descriptive methods. The results of the study concluded that consumers of the Ijen Crater tour package were not satisfied with the service quality provided by Rameyza Wisata Indonesia. Efforts made by the management to improve the service quality have also not been maximized. Therefore, to improve consumer satisfaction, Ijen Crater tour package requires the development of service quality through related factors.

Keywords: Consumer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL, Expectations, Perception.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul **“Pengembangan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Paket Wisata Kawah Ijen Banyuwangi di Rameyza Wisata Indonesia”**.

Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Faisal Kasim, S.ST.Par., MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, S.S., MM.Par.,CHE., selaku Ketua Jurusan Perjalanan.
4. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan dan pembimbing kedua yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Drs. Jacob Ganef Pah, MT., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Manajemen PT Andrew Rameyza Wisata, unit bisnis Rameyza Wisata Indonesia.
8. Ibu Enny Dian Wahyu Purwanti, Bapak Heru Santoso (Alm.), dan Nafilah Deitra Zalfa, selaku orang tua dan saudari tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril dan materil.
9. Rigen Wildanu Hadadi yang selalu memberikan doa dan semangat.
10. Teman-teman seperjuangan MBP 2016 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

11. Abdullah Tsani Harun dan Nudiya Syaif Millah selaku sahabat yang telah membantu penyusunan Proyel Akhir ini.
12. Serta seluruh pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan Proyel Akhir ini.

Penulis menyadari dalam Proyek Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna mencapai hasil yang lebih baik. Semoga Proyek Akhir ini dapat diterima.

Bandung, 15 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| MOTTO | ii |
| PERSEMBAHAN | iii |
| PERNYATAAN MAHASISWA | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Keterbatasan Penelitian | 7 |
| E. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II | 9 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| A. Kajian Teori | 9 |
| 1. Konsep Paket Wisata | 9 |
| 2. Konsep Kualitas Pelayanan Jasa | 15 |
| 3. Konsep Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 4. Pengembangan Kualitas Pelayanan | 23 |
| B. Kerangka Pemikiran | 23 |
| BAB III | 25 |
| METODE PENELITIAN | 25 |
| A. Pendekatan Penelitian | 25 |
| B. Objek Penelitian | 25 |
| C. Populasi dan Sampel | 27 |
| 1. Populasi | 27 |
| 2. Sampel dan Teknik Sampling | 28 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 29 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 1. | Kuesioner | 29 |
| 2. | Wawancara..... | 30 |
| 3. | Observasi | 31 |
| 4. | Studi Kepustakaan | 31 |
| E. | Definisi Operasional Variabel | 32 |
| F. | Analisis Data | 34 |
| G. | Validitas dan Reliabilitas..... | 37 |
| 1. | Uji Validitas | 38 |
| 2. | Uji Reliabilitas | 39 |
| H. | Jadwal Penelitian | 41 |
| BAB IV | | 42 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 42 |
| A. | Hasil Penelitian..... | 42 |
| 1. | Data Profil Responden | 42 |
| 2. | Data Ekspektasi Konsumen Paket Wisata Kawah Ijen terhadap Kualitas Pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia..... | 43 |
| 3. | Data Persepsi Konsumen Paket Wisata Kawah Ijen terhadap Kualitas Pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia..... | 49 |
| 4. | Data Upaya-Upaya yang telah dilakukan oleh pihak Rameyza Wisata Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan..... | 59 |
| B. | Pembahasan | 64 |
| 1. | Analisis Kepuasan Pengunjung | 64 |
| 2. | Analisis Upaya-Upaya yang telah dilakukan oleh pihak Rameyza Wisata Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan | 80 |
| BAB V..... | | 85 |
| KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | | 85 |
| A. | Kesimpulan..... | 85 |
| B. | Rekomendasi | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 92 |
| LAMPIRAN..... | | 94 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| TABEL 1 Dimensi & Atribut SERVQUAL | 20 |
| TABEL 2 Skala Pengukuran <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> | 30 |
| TABEL 3 Matriks Operasional Variabel | 32 |
| TABEL 4 Skala Rentang..... | 35 |
| TABEL 5 Hasil Uji Validitas | 39 |
| TABEL 6 Hasil Uji Reliabilitas | 40 |
| TABEL 7 Jadwal Penelitian..... | 41 |
| TABEL 8 Data Profil Responden | 42 |
| TABEL 9 Ekspektasi Konsumen terhadap Dimensi <i>Tangibles</i> | 43 |
| TABEL 10 Ekspektasi Konsumen terhadap Dimensi <i>Empathy</i> | 45 |
| TABEL 11 Ekspektasi Konsumen terhadap Dimensi <i>Reliability</i> | 46 |
| TABEL 12 Ekspektasi Konsumen terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> | 47 |
| TABEL 13 Ekspektasi Konsumen terhadap Dimensi <i>Assurance</i> | 48 |
| TABEL 14 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi <i>Tangibles</i> | 50 |
| TABEL 15 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi <i>Empathy</i> | 55 |
| TABEL 16 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi <i>Reliability</i> | 56 |
| TABEL 17 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> | 57 |
| TABEL 18 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi <i>Assurance</i> | 58 |
| TABEL 19 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Tangibles</i> | 64 |
| TABEL 20 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Empathy</i> | 65 |
| TABEL 21 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Reliability</i> | 67 |
| TABEL 22 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Responsiveness</i> | 68 |
| TABEL 23 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Assurance</i> | 69 |
| TABEL 24 Nilai <i>Service Quality</i> | 71 |
| TABEL 25 Indikator Kuadran I | 74 |
| TABEL 26 Indikator Kuadran II..... | 76 |
| TABEL 27 Indikator Kuadran III | 77 |
| TABEL 28 Indikator Kuadran IV | 79 |
| TABEL 29 Faktor yang berkaitan dengan Kuadran I | 82 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| GAMBAR 1 Presentase Keluhan di Situs TripAdvisor.com..... | 5 |
| GAMBAR 2 Paket Wisata sebagai Suatu Sistem | 9 |
| GAMBAR 3 Kerangka Pemikiran | 24 |
| GAMBAR 4 Logo Perusahaan..... | 26 |
| GAMBAR 5 Contoh Iklan Rameyza Wisata Indonesia..... | 27 |
| GAMBAR 6 <i>Importance - Performance Matrix</i> | 36 |
| GAMBAR 7 Iklan Rameyza Wisata Indonesia | 51 |
| GAMBAR 8 <i>Gas Mask</i> yang digunakan dalam Pendakian Kawah Ijen..... | 52 |
| GAMBAR 9 Transportasi yang digunakan dalam Paket Wisata Kawah Ijen | 52 |
| GAMBAR 10 Akomodasi yang digunakan pada Paket Wisata Kawah Ijen | 53 |
| GAMBAR 11 Kegiatan Makan Menu Masakan Rumahan Indonesia | 54 |
| GAMBAR 12 Penampilan Karyawan Rameyza Wisata Indonesia | 54 |
| GAMBAR 13 <i>Tour Leader / Guide</i> bersama Wisatawan | 55 |
| GAMBAR 14 Diagram Kartesius Ekspektasi dan Persepsi..... | 73 |
| GAMBAR 15 <i>Website</i> sebagai Media Reservasi <i>Online</i> | 89 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1 – Bukti Persetujuan Pembimbing..... | 95 |
| LAMPIRAN 2 – Bukti Keluhan Pelanggan..... | 96 |
| LAMPIRAN 3 – Paket Wisata Kawah Ijen | 98 |
| LAMPIRAN 4 – Foto Kegiatan | 103 |
| LAMPIRAN 5 - Kuesioner | 105 |
| LAMPIRAN 6 – Pedoman Wawancara | 108 |
| LAMPIRAN 7 – Hasil Wawancara..... | 110 |
| LAMPIRAN 8 – SOP Staf Reservasi..... | 114 |
| LAMPIRAN 9 – SOP Tour Leader / Guide..... | 115 |
| LAMPIRAN 10 – SOP <i>Driver</i> | 117 |
| LAMPIRAN 11 – <i>Service Feedback Letter</i> | 118 |
| LAMPIRAN 12 – Uji Validitas | 119 |
| LAMPIRAN 13 – Rekapitulasi Hasil Kuesioner..... | 124 |
| LAMPIRAN 14 – Rekap Bimbingan..... | 130 |
| LAMPIRAN 15 – Surat Keterangan Lokus | 135 |
| LAMPIRAN 16 – Hasil Turnitin | 137 |

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- BKSDA Jawa Timur. (2007, February 1). *Taman Wisata Alam Kawah Ijen*. Diambil kembali dari bbksdajatim.org: <http://bbksdajatim.org/taman-wisata-alam-kawah-ijen>
- Eric Laws, e. (1997). The Tourism Society. *The ATTT Tourism Education Handbook*, 108.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Janelle Barlow, C. M. (2008). *A Complaint Is a Gift: Using Customer Feedback as a Strategic Tool*. Berrett-Koehler Publisher.
- Kemenparekraf. (2019, October 15). *Siaran Pers : Pariwisata Diproyeksikan Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Lima Tahun ke Depan*. Diambil kembali dari kemenparekraf.go.id: <http://www.kemenparekraf.go.id/index.php/post/siaran-pers-pariwisata-diproyeksikan-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-lima-tahun-ke-depan>
- Kesrul, M. (2003). *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler P., K. K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Leonard J. Lickorish, C. L. (1997). *An Introduction to Tourism*. London: Routledge.
- Lovelock C.H., E. G. (2004). Whiter Service Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research Vol. 7, No. 1*, 20-41.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nasution. (2004). *Metode Research : Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata: Penyusunan Produk dan Perhitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Nuriata. (2014). *Perencanaan & Pelaksanaan Perjalanan Wisata*. Bandung: Alfabeta.

- Rambat Lupiyoadi, A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2004). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ruslan, R. (2004). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Samad, N. (2014, July 04). *Teknik Pelayanan Wisatawan*. Diambil kembali dari Slideshare.net: <https://www.slideshare.net/act2profit/teknik-pelayanan-wisatawan>
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Subagyo, P. J. (2011). *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suyitno. (2005). *Pemanduan Wisata (Tour Guiding)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tao Li, H. C. (2015). A Study of Revisit Intentions Customer Satisfaction, Corporate Image, Emotions and Service Quality in the Hot Spring Industry. *Journal of China Tourism Research*, 11 (4), 371-401.
- Yoeti, O. A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (1999). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zheitaml V., B. L. (1993). The Nature and Deterinants of Customer Expectation of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1 (21), 1-12.
- Zheitaml, V. A. (2000). *Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus*. New York: McGraw-Hill Inc.