

KEPUASAN PELANGGAN XO TOUR AND TRAVEL DI SURABAYA

Gandhi Gautama

Universitas Widya Kartika Surabaya

ABSTRAK

Di era yang modern ini bisnis tour and travel di Indonesia menjadi sangat pesat karena atusiasme wisatawan lokal maupun turis yang ingin berlibur secara efisien. Xo Tour and Travel merupakan salah satu jasa pelayanan bisnis tour and travel, bisnis ini di minati oleh hampir semua kalangan dan mulai berkembang pesat, tetapi seiring berjalannya waktu bisnis ini mengalami pengurangan karena pelayanan dan fasilitas yang diberikan XO Tour and Travel kurang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pengguna jasa Xo Tour & Travel dan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan XO Tour & Travel apakah berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik analisis data, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang terdiri dari tingkat loyalitas dan pengulangan pembelian, tingkat keluhan pelanggan dan tingkat rekomendasi menunjukan banyak respon positif dari pelanggan.

Kata Kunci: Tour and travel, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan.

ABSTRACT

In this modern era, the tour and travel business in Indonesia has become very fast due to the enthusiasm of local tourists and tourists who want to vacation efficiently. Xo Tour and Travel is one of the tour and travel business services, this business is interested in almost all groups and is starting to grow rapidly, but over time this business has experienced a reduction because the services and facilities provided by XO Tour and Travel are less than satisfactory. This research aims to determine customer satisfaction using Xo Tour & Travel services and to determine whether the quality of service provided by XO Tour & Travel has an effect on customer satisfaction. This research uses qualitative methods, with data analysis techniques, data collection techniques using interview and questionnaire methods. The results of this research show that the level of consumer satisfaction which consists of the level of loyalty and repeat purchases, the level of customer complaints and the level of recommendations shows many positive responses from customers.

Keywords: Tour and travel, customer satisfaction, service quality.

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki 17.508 pulau dan lebih dari 360 suku bangsa. Hal ini yang membuat Indonesia kaya akan keberagaman budaya dan tradisi serta memiliki obyek wisata yang cukup menarik untuk di kunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara khususnya ketika musim liburan. Kegiatan berlibur telah menjadi suatu kebutuhan untuk menghilangkan kejenuhan, untuk itu setiap orang mempunyai pilihan masing-masing untuk berlibur. Terkadang liburan dijadikan untuk mendapat ketenangan dan kesenangan dalam menghilangkan stress. Adanya perkembangan teknologi membawa dampak kehidupan yang lebih baik. Masyarakat dapat merasakan perkembangan teknologi khususnya di bidang pariwisata, seperti menggunakan bantuan jasa agen perjalanan wisata yaitu tour and travel.

Di era yang modern ini bisnis tour and travel di Indonesia menjadi sangat pesat karena atusiasme wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin berlibur secara efisien. Hal tersebut didasari karena kesibukan masyarakat yang cukup padat sehingga membutuhkan waktu untuk berlibur untuk menjernihkan pikiran baik dalam jangka waktu

lama maupun singkat. Oleh karena itu agen perjalanan wisata mengambil peran, melihat traveling sudah menjadi gaya hidup modern di kalangan masyarakat Indonesia dari usia muda hingga tua. Tour and travel di minati oleh hampir semua kalangan, baik untuk berlibur atau study tour. Masyarakat lebih memilih memakai jasa tour and travel karena kemudahan dan fasilitas yang diberikan untuk pelanggan, seperti tidak perlu mencari tiket transportasi, tempat penginapan, hingga tidak perlu membuat jadwal perjalanan. Hal itu dilakukan agar orang tersebut mendapatkan perjalanan yang menarik dan menyenangkan ditambah dengan adanya pengetahuan terhadap tempat yang belum pernah dikunjunginya.

Traveling adalah mengunjungi suatu tempat atau destinasi untuk berwisata baik bersama keluarga atau teman. Memaksimalkan liburan adalah salah satu pemberian waktu terbaik untuk diri sendiri dan orang lain, contohnya berkunjung di berbagai tempat dan mengabadikan momen tersebut dengan menggunakan telpon genggam, serta bercerita santai bersama keluarga atau teman untuk menikmati liburan. Biasanya traveler (sebutan untuk orang yang sering melakukan traveling) melakukan perjalanan ke suatu tempat atau daerah karena tujuan lain, yaitu ingin lebih mengenal tempat-tempat yang mereka kunjungi seperti mengenal bahasa daerah tersebut lalu melihat sejarah tempat yang dikunjungi dan sebagainya.

Setiap agen perjalanan berupaya mempertahankan serta meningkatkan standar pelayanan mereka untuk memenangkan kepercayaan pelanggan dan tetap kompetitif dalam industri yang sengit. Upaya ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memastikan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan. Semua bersaing untuk menjadi yang terbaik, Xo Tour and Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan wisata yang ada di Kota Surabaya. Perusahaan ini bertujuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para wisatawan agar dapat menikmati perjalanan mereka. Perjalanan yang diberikan oleh perusahaan ini mencakup pemesanan tiket perjalanan, pemesanan hotel dan tempat tinggal dan yang menyediakan paket-paket perjalanan wisata untuk wisatawan dalam jumlah banyak maupun sedikit.

Destinasi perjalanan wisata yang ditawarkan Xo Tour and Travel terdapat beberapa pilihan diantaranya paket perjalanan wisata dalam negeri seperti Bali, Bandung, Malang, Yogyakarta, Semarang serta lainnya dan untuk paket perjalanan wisata luar negeri seperti Hongkong, Singapura, Taiwan dan lainnya. Xo Tour and Travel memberikan fasilitas, tujuan destinasi wisata, transportasi serta akomodasi sesuai dengan tarif yang diinginkan pelanggannya. Tarif yang diberikan sesuai dengan akomodasi, transportasi, fasilitas dan destinasi sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Perusahaan juga memberikan diskon harga berdasarkan kuantitas untuk menunjang peningkatan pengguna jasa paket wisata dengan menggunakan strategi bundling price atau harga yang tersedia pada bentuk paket. Hal ini dilakukan dengan syarat semakin jumlah pelanggan yang menggunakan paket wisata pada satu kali keberangkatan maka akan semakin murah pula harga yang diberikan untuk setiap pelanggannya.

Akan tetapi dari berbagai paket perjalanan Xo Tour & Travel, paket tour dengan perjalanan wisata ke Bandung yang paling sepi peminatnya. Pelanggan yang menggunakan paket perjalanan ke Bandung semakin sedikit dan untuk setiap keberangkatan juga lama dikarenakan kurangnya jumlah pelanggan untuk sekali keberangkatan, beberapa alasan yang menjadikan destinasi perjalanan wisata tujuan Bandung sepi peminat diantaranya dikarenakan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lebih tinggi dari perusahaan kompetitor, jadi pelanggan lebih memilih paket tour perjalanan yang lain. Sepinya peminat paket tour perjalanan Bandung juga dikarenakan konsumen lebih tertarik untuk melakukan perjalanan pribadi dikarenakan adanya kemudahan akses jalan tol baru yang menjadi perjalanan ini lebih santai. Kepuasan pelanggan paket perjalanan Bandung ini dapat dinilai dari tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan, kemungkinan destinasi perjalanan yang

ditawarkan kurang menarik sehingga konsumen lebih memilih paket perjalanan di kota lain. Adapun Fasilitas yang diberikan XO Tour and Travel antara lain:

1. Bus pariwisata (Kramat Jati) dengan fasilitas yang ada didalamnya yaitu ac, recleaning, seat 30-40-44-59, lcd tv (double), dvd, karaoke, bantal, toilet, smoking area, selimut, suspension. Adanya fasilitas yang lengkap dan memadai selama perjalanan, bertujuan untuk pelanggan agar merasa nyaman saat perjalanan, tidak terasa capek dan membosankan sehingga pelanggan bisa karaoke bersama-sama, tidur dengan bantal selimut dan ac yang dingin.
2. P3K dalam bis selama perjalanan, berupa obat-obatan umum seperti betadine, plester, minyak angin, panadol, antimo, antangin serta obat-obatan lainnya.
3. Retribusi objek wisata, semua objek tiket objek wisata sudah menjadi tanggung jawab pihak tour, jika pelanggan ingin main wahana atau membeli sesuatu di dalam objek wisata itu diluar tanggung jawab tour.
4. Escouter/ Tour Leader, mendapat kan tour leader yang sudah berpengalaman untuk membantu kelancaran perjalanan tour, semua di atur oleh tour leader.
5. Konsumsi dan snack, selama mengikuti kegiatan tour semua peserta sudah mendapatkan konsumsi, berupa makan di restoran atau nasi kotak dan untuk snack biasanya berupa roti.
6. Biaya tol & parkir, semua biaya tol dan parkir sudah menjadi tanggungan pihak tour.
7. Bonus video shooting & 1 roll film, mendapatkan sebuah dokumentasi vidio selama mengikuti kegiatan tour, agar pelanggan juga mendapatkan kenangan yang berupa vidio.
8. Spanduk untuk setiap bus, di bagian depan dan belakang bus terdapat spanduk yang bisa dijadikan ikon agar peserta tidak salah bus.
9. T-Shirt untuk masing-masing peserta dan pembimbing, untuk pemberian baju ini fleksibel, tergantung peserta memesan atau tidak.

Xo Tour and Travel sendiri berdiri pada tahun, pemilik tour and travel tersebut bernama Go Twan Cin. Beliau seseorang yang tergolong sangat muda jika dilihat dari awal perusahaan Xo Tour and Travel didirikan. Pemilik Xo Tour and Travel memulai bisnis ini karena ia menikmati berlibur dengan teman-teman dan keluarga di berbagai destinasi wisata di Indonesia. Berdasarkan pengalaman tersebut, muncul ide untuk mengubah hobi tersebut menjadi profesi.

Melihat peluang usaha di bidang travel and tour, tanpa berpikir panjang ia memberanikan diri untuk memulai bisnis ini secara mandiri. Dimulai dengan melakukan promosi menggunakan sosial media yang pada zaman itu masih menggunakan aplikasi BBM. Mulai mencoba promosi paket-paket liburan di aplikasi BBM tersebut, tidak menyangka ternyata banyak juga peminatnya, sehingga dari tahun ke tahun Xo Tour and Travel memiliki pelanggan yang terbilang cukup banyak untuk seorang yang baru, semakin berjalannya waktu Xo Tour and Travel tersebut banyak pelanggan, lalu dikarenakan banyaknya pelanggan yang ikut menjadi peserta tour Go Twan Cin berpikir jika semua dikerjakan secara mandiri sangatlah berat dan beresiko. Sehingga beliau memulai untuk mengembangkan usahanya lebih besar lagi dengan bekerja sama dan membentuk tim agar tour tersebut bisa berjalan dengan lancar agar bisa melayani peserta dengan maksimal.

Seiring berjalannya waktu pelanggan yang awalnya banyak menjadi berkurang karena pelayanan dan fasilitas yang diberikan Xo Tour and Travel kurang menurun. Semakin ketatnya persaingan di bidang biro perjalanan ini akan berpengaruh terhadap keberhasilan dari perusahaan tersebut. Adanya pandemi covid juga sangat berdampak besar buat Xo Tour and Travel, hingga membuat usaha tersebut tidak berjalan. Karena pemerintah menerapkan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Namun pihak Xo Tour and Travel tidak berkecil hati. Tetap berusaha memberikan yang

terbaik dan semangat untuk mencari peserta agar bisa tetap terus berjalan. Adanya Covid-19 semua perusahaan menjadi terdampak salah satunya tour & travel dikarenakan tempat wisata yang tutup total dan orang-orang melakukan pembatasan sosial.

Masalah yang di alami Xo Tour and Travel adalah mengalami penurunan pelanggan pada destinasi wisata dengan tujuan Bandung, paket ini menjadi paket perjalanan yang paling sepi peminatnya. Penurunan yang terus menerus menjadikan destinasi paket perjalanan wisata tujuan Bandung kurang berkembang. Faktor utama yang menjadi indikator yang mengukur kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa tentunya kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggannya. Pada dasarnya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik dihati pelanggan terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Perkerjaan tersebut bergerak dibidang jasa, yang secara tidak langsung puas atau tidaknya konsumen di lihat dari pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

2. METODE PENELITIAN

- **Jenis penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penulis bertujuan menggambarkan dan menguraikan secara mendalam serta sistematis suatu masalah, karena memungkinkan peneliti untuk mendalami dan terus menggali informasi terkait kasus tersebut.

- **Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data dan Data sekunder diperoleh dari studi pustaka penelitian terdahulu, berbagai literatur dari buku, internet, perpustakaan, artikel, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan melalui wawancara, dialog, kuesioner, dokumentasi dan observasi atau pengamatan secara langsung.

- **Teknik analisis data**

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk mengolah dan memproses data sehingga menghasilkan informasi yang valid dan dapat dimengerti dengan mudah oleh orang yang tidak ahli dalam bidang tersebut. Metode analisis data yang dipilih mengikuti panduan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yaitu:

- **Pengumpulan data**

Data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara, pengisian kuesioner, dan observasi. Wawancara adalah interaksi tanya jawab lisan di mana informasi dapat dicatat dalam bentuk tulisan atau direkam secara visual, audio, atau audio visual. Wawancara juga merupakan percakapan yang bertujuan tertentu. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara umum, kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan teknik lainnya.

- **Reduksi data**

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, fokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang tercatat dari observasi lapangan. Proses ini berlangsung secara berkelanjutan selama penelitian, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, sebagaimana terlihat dalam kerangka konseptual penelitian, masalah penelitian, dan metode pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Reduksi data mencakup:

- a. Merangkum data
- b. Melakukan pengkodean
- c. Menelusuri tema-tema utama
- d. Membuat klaster atau kelompok data

Cara untuk melakukan reduksi data adalah dengan melakukan seleksi ketat terhadap data, membuat ringkasan atau uraian singkat, dan mengelompokkannya ke dalam pola yang lebih umum. Proses ini melibatkan merangkum hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori, dan tema-tema. Reduksi data adalah kegiatan yang berinteraksi dengan pengumpulan data, di mana keduanya saling memengaruhi melalui proses konklusi dan penyajian data. Proses ini tidak hanya berlangsung sekali saja, tetapi berulang-ulang secara bolak-balik, mengikuti perkembangan yang bersifat sekuensial dan interaktif.

- **Penyajian data**

Penyajian data adalah proses penting dalam menyusun laporan hasil penelitian agar dapat dimengerti dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang disajikan harus jelas dan sederhana agar mudah dipahami. Tujuan dari penyajian data adalah memudahkan pembaca atau pengamat untuk memahami informasi yang disampaikan. Peneliti berupaya mengorganisir data yang relevan guna menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki signifikansi tertentu.

- **Penarikan kesimpulan**

Pada tahap ini, semua informasi yang dikumpulkan dari penelitian digunakan untuk membuat simpulan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah upaya untuk mengungkap makna, pola, penjelasan, atau hubungan sebab-akibat dari data yang ada. Sebelum mengambil kesimpulan, data direduksi, disajikan, dan dianalisis secara berulang antara reduksi data, penyajian, dan verifikasi, sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Kesimpulan diambil setelah verifikasi hasil penelitian dalam bentuk narasi, menandai tahap akhir dari proses analisis data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1. Gambaran Umum

Awal mula berdirinya Biro Perjalanan Wisata dengan nama Xo Tour and Travel yang didirikan oleh Go Twan Cin pada tahun 2009, seorang anak muda yang mempunyai hobi liburan dan dari sana timbul pemikiran untuk mengembangkan hobi tersebut menjadi sebuah usaha. Melihat peluang usaha di bidang perjalanan wisata, tanpa berpikir panjang ia memberanikan diri untuk memulai bisnis ini secara mandiri. Usaha yang dirintis dari nol tersebut, dimulai dengan melakukan promosi paket-paket liburan menggunakan sosial media yang pada zaman itu masih menggunakan aplikasi BBM. Walau terbilang pemula dalam usaha ini, akan tetapi tidak menyangka ternyata banyak juga konsumen yang ingin ikut serta. Seiring berkembangnya waktu bisnis Xo Tour and Travel meningkat pesat, karena banyaknya peminat Go Twan Cin selaku pemilik berpikir jika semua dikerjakan secara mandiri sangatlah berat dan beresiko, maka dari itu mulai dengan membuat tim agar bisnis tour and travel tersebut bisa berjalan dengan lancar agar bisa melayani dengan maksimal. Sebagai suatu organisasi bisnis, Xo Tour and Travel memiliki visi dan misi sebagai acuan untuk menjalankan fungsi dan tugas untuk mencapai tujuan.

3.1.2. Kepuasan pelanggan

Kotler (2002) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons positif atau negatif seseorang setelah membandingkan persepsi atau pengalamannya dengan ekspektasi yang dimilikinya. Jika kinerja produk atau layanan tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa

sangat puas dan senang. Perasaan kecewa muncul ketika kinerja produk di bawah harapan, sedangkan kepuasan dirasakan ketika kinerja sesuai atau melebihi harapan. Kepuasan ini terjadi setelah pelanggan mengonsumsi produk atau menggunakan layanan tersebut.

Menurut Hansemark dan Albinsson (2004), kepuasan pelanggan secara umum mencerminkan sikap terhadap penyedia layanan, atau respons emosional terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dan apa yang mereka terima. Sementara itu, menurut Bitner dan Zeithaml (2003), kepuasan pelanggan adalah evaluasi dari pelanggan terhadap produk atau layanan yang mencakup apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka.

Kepuasan pelanggan juga berfungsi sebagai alat pengukur kinerja perusahaan secara internal untuk mengelola sumber daya manusia, mengevaluasi kinerja, dan mengalokasikan sumber daya. Secara eksternal, kepuasan pelanggan juga berperan sebagai sumber informasi bagi semua pihak yang terlibat (termasuk pelanggan, kebijakan publik, pesaing, dan investor).

3.1.3. Karakteristik Responden

- **Pemilik Usaha**

Abdul, et al., (2015) menegaskan bahwa karakteristik entrepreneur merujuk pada sifat-sifat dan keterampilan personal yang dimiliki oleh pengusaha untuk membangun kompetensi yang diperlukan demi kesuksesan bisnis. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik khusus dari pemilik bisnis sebagai responden meliputi pemahaman menyeluruh tentang Xo Tour & Travel, pengetahuan tentang manajemen perusahaan, serta kesadaran akan berbagai tantangan yang dihadapi perusahaan. Go Twan Cin, yang merupakan pemilik Xo Tour & Travel yang telah beroperasi selama 14 tahun, telah mengumpulkan pengalaman yang luas dalam mengelola bisnis tersebut. Persaingan yang sengit menuntut agar pemilik bisnis terus bekerja keras untuk mempertahankan bisnis mereka.

- **Konsumen Xo Tour & Travel**

Menurut Cohen et al. (2007), semakin besar ukuran sampel yang diambil dari populasi, semakin baik hal tersebut, namun ada jumlah minimum sampel yang harus diambil oleh peneliti, yaitu sekitar 30. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, dipilih 30 responden yang merupakan konsumen yang pernah menggunakan layanan paket perjalanan Xo Tour and Travel ke Bandung. Hasil pengumpulan data melalui observasi atau wawancara dengan responden memberikan gambaran tentang karakteristik responden, termasuk informasi mengenai usia dan jenis kelamin mereka. Pengelompokan responden ini dilakukan untuk memahami dengan lebih jelas mengenai profil mereka yang menggunakan layanan perjalanan Xo Tour & Travel paket ke Bandung.

3.1.4. Karakteristik Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian 30 responden, konsumen yang menggunakan jasa perjalanan Xo Tour & Travel diperoleh data tentang usia dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1
Karakteristik berdasarkan umur

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)
1	18-23	2
2	24-30	10
3	30-40	18
Total		30

Sumber: Wawancara, 2023.

3.1.5. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian 30 responden, konsumen yang menggunakan jasa perjalanan Xo Tour & Travel diperoleh data tentang jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2
Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
1	Laki-Laki	13
2	Perempuan	17
Total		30

Sumber: Wawancara, 2023.

3.2 Pembahasan

3.1.1. Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan kepuasan pelanggan penulis menggunakan beberapa ukuran yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa Xo Tour and Travel dan untuk mengetahui sebab-sepinya peminat untuk perjalanan destinasi wisata ke Bandung.

3.1.2. Tingkat Loyalitas pelanggan dan pengulangan pembelian

a. Tingkat Konsistensi Pelanggan

Konsistensi merupakan cara paling sederhana namun paling penting untuk menciptakan layanan pelanggan yang luar biasa, karena konsistensi adalah kunci untuk menciptakan harapan dan kepuasan bagi pelanggan. Jadi dengan adanya wawancara ini kita bias mengetahui layanan pelanggan lebih dari sekedar interaksi satu kali menggunakan jasa Xo Tour and Travel. Ini juga tentang menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Pada dasarnya konsistensi konsumen dalam menggunakan ulang jasa Xo Tour and Travel sangat menentukan kepuasan pelanggan, menarik pelanggan agar tetap berada pada kawasan kita adalah hal yang tidak mudah seperti mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Xo Tour and Travel dikarenakan sebanyak 30 responden menyatakan bahwa 20 responden memilih konsisten untuk tetap menggunakan jasa Xo Tour and Travel, kemudian 10 responden merasa tidak puas. Ketidakpuasan ini dapat digunakan pemilik untuk mengevaluasi dan menerima dengan baik setiap keluhan pelanggan.

b. Tingkat Loyalitas Pelanggan

Loyalitas dapat dijelaskan secara sederhana sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Dalam konteks pelanggan, loyalitas mencakup sikap positif, komitmen, dan keinginan untuk terus melakukan pembelian di masa depan. Dengan kata lain, loyalitas mengacu pada preferensi pelanggan dan tindakan pembelian yang dilakukan secara konsisten. Tjiptono (2002) mengidentifikasi enam indikator yang umum digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan, yaitu kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, kebiasaan mengonsumsi merek tersebut, kesukaan yang konsisten terhadap merek tersebut, kesetiaan dalam memilih merek tersebut, keyakinan bahwa merek tersebut merupakan yang terbaik, dan kemauan untuk merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Memberikan pelayanan dengan harga yang sesuai dan kualitas yang bagus merupakan hal yang diminati banyak konsumen. Pelanggan adalah hal yang di nantikan oleh sebuah kalangan pengusaha, maka dari itu kualitas jasa yang diberikan harus benar-benar dijaga, untuk melihat responden tentang loyalitas pelanggan dapat

dilihat pada Tabel di atas. Tanggapan dari 30 responden mengenai loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa 20 responden puas dengan kualitas yang ditawarkan oleh Xo Tour and Travel, sementara 10 responden memilih untuk tidak setia karena mereka mendapatkan harga yang lebih murah dari penyedia layanan lain. Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa yang memenuhi standar internasional dan tetap menjaga pendapatan serta kesempatan kerja yang tinggi, sambil tetap bersaing dengan pesaing eksternal. Harga jasa Xo Tour dianggap sesuai dengan kualitas yang diberikan. Kesesuaian antara harga dan manfaat mengacu pada kepuasan konsumen setelah menggunakan layanan tersebut sesuai dengan harapan yang mereka terima dari Xo Tour.

c. Tingkat Pengulangan Pembelian

Keputusan untuk melakukan pembelian ulang atau repurchase merujuk pada tindakan pelanggan untuk melakukan pembelian lebih dari satu kali atau beberapa kali. Ini menunjukkan niat dari pelanggan untuk menggunakan kembali layanan yang diberikan. Hal ini biasanya terjadi ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima, sehingga mereka cenderung loyal terhadap jasa yang disediakan dan bersedia merekomendasikan hal tersebut kepada orang lain.

3.1.3. Tingkat Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan adalah respons atau umpan balik yang seringkali berisi hal-hal negatif dari pelanggan terhadap perusahaan. Keluhan pelanggan mencerminkan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan. Melalui proses wawancara ini, kita dapat mengidentifikasi keluhan-keluhan yang dialami oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat mengatasi masalah tersebut dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang disediakan.

Kualitas pelayanan merupakan kinerja yang ditawarkan seseorang kepada orang lain (Kotler, 2008). Kinerja ini bisa berupa tindakan nyata yang tidak menghasilkan kepemilikan barang. Intinya, pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan. Pelayanan dapat dilakukan sebelum atau setelah konsumen memilih dan membeli produk. Kualitas pelayanan yang baik berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya dapat menghasilkan pelanggan yang loyal dan menguntungkan bagi perusahaan.

3.1.4. Tingkat Rekomendasi

Rekomendasi merupakan istilah yang lebih merujuk terhadap saran atau anjuran yang diberikan dari seseorang kepada orang lain. Saran maupun anjuran ini berbentuk rekomendasi untuk melakukan suatu hal atau menentukan pilihan tertentu. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain karena sudah merasakan pelayanan yang diberikan. Dengan adanya wawancara ini bertujuan untuk mengetahui tingkat rekomendasi pelanggan terhadap orang lain.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Xo Tour and Travel pada paket perjalanan ke Bandung memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penilaian tersebut didasarkan pada hasil dari 30 responden yaitu:

- A. Kepuasan pelanggan Xo Tour and Travel berpengaruh bagi pelanggan yang sudah memakai jasa Xo Tour and Travel, nyaman dalam menggunakan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di XO Tour & Travel yaitu sarana dan prasarana, akomodasi, transportasi, dan tiket masuk tempat wisata.

- B. Kualitas pelayanan yang diberikan XO Tour & Travel berpengaruh pada kepuasan pelanggan dengan Tingkat Loyalitas pelanggan dan pengulangan pembelian mendapat respon positif dikarenakan dari 30 responden sebanyak 20 orang tetap konsisten dan loyalitas, sebanyak 18 orang pelanggan melakukan pembelian ulang. Sedangkan 10 responden tidak konsisten dan loyalitas, sebanyak 10 orang tidak melakukan pembelian ulang, Tingkat Keluhan pelanggan masih banyak yang mendapat respon positif dan beberapa respon negative dan Tingkat Rekomendasi pelanggan 22 orang dari 30 reponden memberikan rekomendasi yang baik setelah menggunakan jasa Xo Tour and Travel.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan Xo Tour and Travel. Kualitas pelayanan kepuasan konsumen yang mendapat respon positif tetap dipertahankan sedangkan kualitas pelayanan kepuasan konsumen yang berespon negatif dilakukan peningkatan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Perusahaan perlu meningkatkan fasilitas dan infrastruktur yang tersedia.
2. Perusahaan harus memperbarui kualifikasi stafnya karena dalam industri jasa seperti Xo Tour and Travel, kualitas layanan sangat ditentukan oleh kompetensi staf. Xo Tour and Travel juga harus memastikan proses transaksi yang cepat dan efisien serta memberikan pelayanan yang baik. SDM dapat ditingkatkan melalui pendidikan atau pelatihan, serta dengan merekrut staf yang memiliki pengalaman relevan.
3. Staf Xo Tour and Travel harus mempertahankan sikap ramah, sopan, dan perhatian terhadap pelanggan, karena hal ini akan membuat pelanggan merasa nyaman berinteraksi dengan staf perusahaan.

DAFTAR PUSAKA

- Bitner, M. J., & Zeithaml, V. A. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education.
- Cohen, et al. (2007). *Research methods in education*. Routledge.
- Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: The experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(1), 40-57.
- Kotler, P. (2002). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Tjiptono, F. (2002). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

