

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya keterkaitan yang lebih spesifik antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Sanjaya Tour Solution. Dimana untuk mengetahui kesenjangan dan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diperoleh sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan perlu tahu sejauh mana keberhasilan dan kegagalan dalam mewujudkan visi, misi, sasaran dan tujuan perusahaan. Untuk itu perlu adanya analisis dengan metode *servqual* dapat mengetahui persepsi dan harapan pelanggan kemudian sedangkan perhitungan bobot dari setiap kriteria dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) agar mampu memilah kriteria mana yang diprioritaskan untuk perbaikan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini diperoleh *servqual* terbobot yang diprioritaskan untuk peningkatan kualitas pelayanannya pada kriteria *tangible* dan *assurance* bernilai negatif sedangkan pada kriteria *reliability*, *responsiveness* dan *empathy* bernilai positif. Dengan perhitungan AHP diperoleh 3 atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan yaitu pada kriteria *tangible* dengan alternatif A5 (-0,00364) dengan item pertanyaan “anda mengharapkan mendapatkan fasilitas yang disediakan seperti internet/Wifi saat perjalanan”, kriteria *assurance* dengan alternatif D1 (-0,00015) dengan item pertanyaan “Harapan anda Sanjaya Tour Solution bersedia memberi ganti rugi atas jasa yang tidak sesuai dengan kesepakatan” dan D5 (-0,00045) dengan item pertanyaan “harapan anda Sanjaya Tour Solution memberikan asuransi kepada konsumen”.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Servqual dan AHP*

ABSTRACT

This study aims to examine the existence of a more specific relationship between service quality and customer satisfaction at PT. Sanjaya Tour Solutions. Where to find out the gaps and factors that influence customer satisfaction with the quality of service obtained in accordance with customer expectations. Companies need to know the extent of success and failure in realizing the vision, mission, goals and objectives of the company. For this reason, it is necessary to have an analysis using the servqual method to find out customer perceptions and expectations then while calculating the weight of each criterion using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method in order to be able to sort out which criteria are prioritized for improving service quality. The results of this study obtained weighted servqual which is prioritized for improving the quality of its services on the tangible and assurance criteria with a negative value while the reliability, responsiveness and empathy criteria have a positive value. With the AHP calculation, 3 attributes of service quality are obtained that need to be improved, namely the tangible criteria with alternative A5 (-0.00364) with the question item "you expect to get the facilities provided such as internet/Wifi while traveling", assurance criteria with alternative D1 (-0.00015) with the question item "Your hope Sanjaya Tour Solution is willing to provide compensation for services that are not in accordance with the agreement" and D5 (-0.00045) with the question item "you hope Sanjaya Tour Solution provides insurance to consumers".

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual and AHP