



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MEGA WISATA PALEMBANG

Abdul Rahman^a, Deddy hendarwan^b

^aPoliteknik Prasetiya Mandiri, a.rachman1407@gmail.com

^bPoliteknik Prasetiya Mandiri, dehenejour@gmail.com

Abstract This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Mega Wisata Palembang, focusing on service indicators that are highly relevant in the context of the tourism services industry, namely ease of service and staff friendliness. Ease of service includes ease of booking process, clarity of information, flexibility of service options, and access to digital platforms provided by the company. The results of data analysis indicate that both ease of service and staff friendliness have a significant and positive influence on the level of customer satisfaction. Ease of service makes a significant contribution because customers feel assisted in the process of planning and implementing trips without significant obstacles. The combination of these aspects creates a comprehensive and satisfying service experience. Thus, it can be concluded that improving the aspects of ease and friendliness in service are key factors in building customer loyalty and a positive company image. This study recommends that PT. Mega Wisata Palembang continue to innovate in simplifying service procedures and providing regular training to staff to continuously improve the quality of interactions with customers.

Keyword: Quality, Ease of Service, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat, dunia usaha dihadapkan pada persaingan yang semakin kompleks, baik di tingkat nasional maupun internasional. Tetapi juga dalam penyediaan pelayanan yang berkualitas. Sektor jasa, khususnya perjalanan, salah satu sektor yang paling bergantung pada kualitas pelayanan dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam dunia jasa, pelanggan tidak hanya membeli produk seperti kurma sukari asli, tetapi juga membeli pengalaman yang di bentuk oleh interaksi, kenyamanan, kecepatan, dan tanggapan penyedia jasa.

Seperti PT. Mega Wisata Palembang, perusahaan di tuntutan mampu memberikan pelayanan yang tidak hanya cepat dan tepat, tetapi juga memenuhi harapan serta kenyamanan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur utama keberhasilan pelayanan, PT. Mega Wisata Palembang, Menciptakan pengalaman pelanggan yang berkualitas, mulai dari penyambutan di tempat layanan, tata ruang yang rapi, kebersihan dan kenyamanan suhu (AC), hingga sikap ramah dari staff PT. Mega wisata Palembang sangat dipengaruhi kualitas pelayanan kepuasan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.

Tjiptono (2020) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, meningkatnya kepercayaan, serta membentuk hubungan jangka Panjang. Sebaliknya, pelayanan yang buruk akan menyebabkan pelanggan kecewa, melakukan komplain, bahkan menyebarkan pengalaman negatif kepada calon pelanggan lainnya. Dalam era media sosial saat ini, satu ulasan buruk dapat terjadi dengan cepat menyebar dan merusak reputasi perusahaan. Kualitas pelayanan sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, akan menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan bisnis jasa. Artinya, Ketika pelayanan diberikan perusahaan sejalan dengan ekspektasi pelanggan atau bahkan melebihi, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan meningkat secara signifikan.

Dari Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa pelanggan menilai pelayanan, tidak hanya dari sisi kecepatan dan keakuratan, tetapi juga dari aspek, kenyamanan, keramahan staff, serta kemudahan proses pelayanan. PT. Mega Wisata Palembang salah satu jasa di bidang pariwisata dan reservasi, terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memengaruhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan secara optimal. Hal ini menandakan perlunya kajian lebih lanjut mengenai kepuasan pelayanan pelanggan di perusahaan tersebut, dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan, serta memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang manajemen jasa dan pemasaran. Oleh karena itu, penulis tertarik mengangkat judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Mega Wisata Palembang.** ” .

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et al. (2021), kualitas pelayanan adalah penilaian global atau sikap yang berkaitan dengan keunggulan suatu layanan. Mereka menekankan bahwa dalam era digital dan kompetitif saat ini, kualitas layanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Gronroos (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan atas proses layanan dan bagaimana layanan tersebut diberikan, bukan hanya hasil akhirnya.

B. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman produk atau layanan yang dirasakan dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Menurut Oliver (2020), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh dari pengalaman konsumsi, di mana harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Sedangkan menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2021), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, faktor situasional, serta faktor pribadi pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki dampak jangka panjang bagi perusahaan, seperti loyalitas pelanggan, rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), serta retensi pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini yang bertujuan menggambarkan situasi yang terjadi di lapangan serta menganalisis keterkaitan antar faktor. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan PT. Mega Wisata Palembang, tetapi juga mengaitkannya dengan karakteristik responden seperti jenis kelamin penggunaan layanan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai bagaimana karakteristik pelanggan dapat memengaruhi penilaian mereka terhadap pelayanan yang diberikan.

Metode Analisis

Agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis yang digunakan sebagai berikut :

a. Analisis kuantitatif

Zikmund et al. (2020) menyatakan bahwa analisis kuantitatif bertujuan untuk memberikan dasar rasional bagi pengambilan keputusan dengan menyediakan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Dalam konteks bisnis dan sosial, analisis ini sangat berguna untuk memahami tren, perilaku konsumen, serta efektivitas strategi atau kebijakan tertentu.

b. Analisis Kualitatif

Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis untuk memahami makna yang terkandung dalam data non-numerik, seperti hasil wawancara, catatan observasi, atau dokumen, melalui proses penafsiran yang mendalam. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2020), analisis data kualitatif terdiri dari tiga aktivitas utama yang berlangsung secara bersamaan, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pelanggan yang telah menggunakan berbagai layanan perusahaan, ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT. Mega Wisata Palembang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, terlebih dahulu perlu diketahui karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Salah satu karakteristik yang diamati adalah usia responden, penting untuk memberikan gambaran umum menjadi pengguna PT. Mega Wisata Palembang. Usia pelanggan memengaruhi harapan dan penilaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perempuan lebih memperhatikan aspek keramahan, kenyamanan, dan kemudahan akses informasi, sedangkan laki-laki menekankan pada kecepatan pelayanan, dan ketepatan waktu. Oleh karena itu dapat membantu perusahaan Menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih tepat sasaran sesuai karakteristik pelanggan. Penting mengetahui usia dalam populasi pelanggan agar perusahaan menyesuaikan pendekatan pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang lebih efektif dan optimal.

Responden berpartisipasi dalam wawancara ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi kualitas pelayanannya terhadap kebijakan yang diterapkan, serta kaitannya dengan tingkat kepuasan yang dirasakan. Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat pada tabel berikut.

Wawancara dilakukan terhadap pelanggan yang telah menggunakan berbagai

Nama	Umur	Layanan yang digunakan	Pendapat tentang kualitas pelayanan	Pendapat tentang kepuasan pelanggan
Ibu Rina	42 Th	Umroh	Informasinya jelas, Petugas ramah, proses tidak bingung	Merasa nyaman dan aman, puas, dan ingin kembali menggunakan layanan
Bapak Idris	50 Th	Haji	Pendampingan lengkap, Waktu nya sesuai dengan jadwal, dan cepat sebelum saat ada kendala	Puas dan merasa sudah lebih tenang, dan akan merekomendasikan ke keluarga
Mba Dewi	37 th	acara pernikahan	Pemesanan cepat, respon team juga bagus, saat masalah saat itu sudah di respon	Sangat Puas dengan adanya kecepatan layanan online, jadi lebih mudah tidak sulit
Ibu Anisah	53 Th	Pengurusan Visa	Petugas menuntaskan Dokumen secara rinci, jelas, ramah dan mudah dimengerti	Sangat puas karena proses lancar dan cepat
Saudara Fadil	25 Th	Voucher Hotel	Pemesanan mudah, tetapi Pilihan hotelnya sedikit terbatas	Puas, semoga ada lebih banyak pilihan hotel hotel lagi

Gambar 1. Penyebaran data melalui wawancara

b. Pembahasan

Seperti ibu rina (42 tahun) menyatakan bahwa dirinya puas dengan layanan yang diberikan, tidak merasa khawatir selama proses pendaftaran karena informasi yang diberikan sangat jelas. Petugas juga dinilai ramah, sehingga pelaksanaan umroh berjalan dengan baik dan tidak bingung. Bapak Joko (50 tahun) menekankan bahwa ia sangat puas nyaman aman dan tenang karna didampingi pembimbing dari pihak PT. Mega Wisata yang aktif dan peduli terhadap peserta. Mba dwi (29 tahun) sangat puas menggunakan layanan tiket pesawat menyampaikan akses informasi mudah dan memadai, tidak ada hambatan dalam proses, hanya saja perlu tingkatkan lagi kecepatan respon pada jam-jam sibuk. Ibu aisyah (53 tahun) merasa puas dan mengatakan bahwa petugas visa tidak hanya menjelaskan alur pengurusan dokumen, tetapi memberikan layanan dengan cara etika yang baik membuat merasa lebih aman. Saudara fadil (25) pemesanan mudah dilakukan, dan merasa puas, namun berharap ada lebih banyak opsi hotel di masa depan agar bisa memenuhi selera dan kebutuhan pasar muda. Secara keseluruhan, responden menunjukkan tingkat kepuasan mereka masing-masing terhadap layanan PT. Mega Wisata Palembang. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Mega Wisata Palembang, telah memenuhi ekspektasi pelanggan dan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan mereka. Semua aspek kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menonjol pada kejelasan informasi, keramahan staff, respon cepat, kemudahan proses pelayanan.

5. KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan yang konsisten dan profesional terbukti memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Mega Wisata Palembang. Pelanggan merasa lebih nyaman dan percaya untuk menggunakan jasa perusahaan secara berulang. Kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan terdapat hubungan yang positif, kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan
2. PT. Mega Wisata Palembang telah memberikan bentuk pelayanan yang dalam merepon pertanyaan pelanggan, dari fasilitas fisik, dan keramahan staf, serta kemudahan pelayanan yang diberikan perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal.
3. Kepuasan pelanggan dipengaruhi juga oleh kepercayaan terhadap perusahaan, yang terbentuk dari pengalaman pelayanan sebelumnya. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan akan loyal dan merekomendasikan kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Grönroos, C. (2020). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic (4th ed.)*. Wiley.
- Oliver, R.L. (2020). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (8th ed.)*. United Kingdom: Wiley.
- Yuliani, N. P., & Permana, R. A. (2023). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan pemesanan tiket daring. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(2), 112–120.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.