

Rekomendasi Perbaikan Layanan Jasa Umrah dengan Menggunakan Pendekatan Metode *Fuzzy Servqual* di PT. Noorabika Bandung

Rizky Kurniawan, Muhardi, Eka Tresna Gumelar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

rkurniawan078@gmail.com, muhardi@unisba.ac.id, eka.tresna.gumelar@unisba.ac.id

Abstract—Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world, therefore the people of Indonesia have a sense of desire to worship in the holy land of Mecca-Medina, this makes researchers want to give recommendations to PT. Noorabika, which is engaged in the field of Hajj and Umrah services, for that in order to improve services to companies, a study was conducted beginning with the observation and distribution of questionnaires from several indicators designed. These indicators are obtained through interviews and some existing literature in literature studies. The method used is the fuzzy method which is integrated with servqual. The results obtained from the level of satisfaction of PT Umrah Umrah. Noorabika Bandung as a whole is classified as satisfied. This can be seen from the results of the analysis of the level of suitability between employee performance with the expectations of pilgrims who give results 75.09%. Of the 26 indicators that have the highest score, namely fast and responsive employees in dealing with congregational complaints, while the indicators that have the lowest score are the patience of worship guides towards the Congregation. Based on the calculation of perception and expectation gap, obtained 5 criteria that need to be prioritized to improve the improvement of the quality of Umrah worship services, namely 1) The company tries to accommodate the aspirations of the congregation, 2) Patience of worship guides in dealing with the Congregation 3) Neatness of employee appearance 4) Conditions transportation (bus) from Bandung to Soekarno Hatta airport 5) Office Design.

Keywords—*Fuzzy Servqual, Perception, Expectations, Customer Satisfaction.*

Abstrak—Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar didunia, karena itu masyarakat Indonesia memiliki rasa keinginan untuk beribadah ke tanah suci Makkah-Madinah, hal ini membuat peneliti ingin memberikan rekomendasi pada PT. Noorabika yang bergerak di bidang jasa pelayanan haji dan umrah, untuk itu dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa pada perusahaan, maka dilakukan penelitian yang diawali dengan observasi dan penyebaran kuesioner dari beberapa indikator yang dirancang. Indikator tersebut didapatkan melalui wawancara dan beberapa literatur yang ada pada studi pustaka. Metode yang digunakan adalah metode fuzzy yang diintegrasikan dengan servqual. Hasil yang didapatkan dari Tingkat kepuasan Jemaah umrah PT. Noorabika Bandung secara keseluruhan masuk dalam klasifikasi puas. Hal ini terlihat dari hasil analisis tingkat kesesuaian antara kinerja karyawan dengan harapan jemaah

yang memberikan hasil 75.09%. Dari 26 indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu cepat dan tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah yaitu kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah. Berdasarkan hasil perhitungan Gap persepsi dan harapan, diperoleh 5 kriteria yang perlu di prioritaskan untuk meningkatkan perbaikan kualitas layanan ibadah umrah, yaitu 1) Pihak perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah, 2) Kesabaran pembimbing ibadah dalam menghadapi Jemaah 3) Kerapihan penampilan karyawan 4) Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta 5) Desain Kantor.

Kata kunci—*Fuzzy Servqual, Persepsi, Harapan, Kepuasan Pelanggan.*

I. PENDAHULUAN

PT. Noorabika Tours & Travel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pariwisata, tiket dan *Islamic Tour* (Umroh & Haji) secara operasional mulai aktif sejak tahun 1985, pada awalnya para karyawan hanya menjalankan pemasaran Jemaah haji dan umrah untuk diberangkatkan, selain itu para karyawan juga menerima pembuatan dokumen seperti visa, paspor dll. Pada tahun 2001 PT. Noorabika memiliki akta notaris yang didirikan di Banjarmasin, baru pada tahun 2009 PT. Noorabika Tours & Travel mulai beroperasi di Kota Bandung. Dengan kantor pusat yang berada di tengah wilayah yang didominasi oleh umat muslim yaitu Bandung, Jawa Barat membuat perusahaan ini menjadi referensi yang cocok untuk calon konsumen yang ingin pergi haji atau umrah.

Keinginan penduduk Indonesia untuk melaksanakan ibadah haji/umrah cukup besar. Karena, untuk dapat melaksanakan ibadah tersebut, yaitu pergi berhaji butuh antrian hingga puluhan tahun. Hal ini yang membuat bisnis umrah laris-manis di Tanah Air. Dengan mengeluarkan dana sekitar Rp 20 juta, masyarakat sudah dapat berkunjung ke Tanah Suci. karena Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk dengan mayoritas Muslim, untuk itu proses penyelenggaraan ibadah haji ini menyimpan potensi ekonomi yang sangat potensial.

Didalam proses penyelenggaraan ibadah haji ini banyak perusahaan dari sektor industri, manufaktur, perdagangan, jasa yang terlibat didalamnya. Untuk itu bukan hanya

pemerintah yang ikut serta dalam bisnis ini tetapi hal ini yang menjadi peluang biro-biro perjalanan untuk menyediakan jasa *travel* haji dan umroh, biro-biro penyelenggara haji berkompetisi untuk menarik perhatian para calon jamaah atau calon konsumen, dari segi pelayanan yang diberikan oleh karyawan, fasilitas yang disediakan perusahaan, menawarkan pembinaan selama persiapan ibadah dan kelangsungan proses ibadah, serta penawaran terhadap fasilitas yang istimewa dengan tujuan untuk menjadi pembeda dengan biro penyelenggara lainnya. Selain dari itu pihak biro penyelenggara haji dan umrah juga menawarkan perlindungan, atau jaminan terhadap proses ibadah baik dalam segi hotel, kebutuhan selama ibadah seperti kursi roda bagi yang membutuhkan, barang bawaan yang dibawa selama ibadah, dan barang bawaan yang dibawa kembali ke Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana layanan umroh di PT. Noorabika?
2. Bagaimana kualitas layanan jasa umroh di PT. Noorabika diukur dengan menggunakan metode *Fuzzy Servqual*?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui layanan umroh di PT.Noorabika
2. Untuk mengetahui kualitas layanan yang diukur menggunakan metode *Fuzzy Servqual*.

II. LANDASAN TEORI

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan sebuah tingkatan perasaan seorang konsumen yang telah membandingkan hasil produk atau jasa yang dirasakan, dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah respon dari kesesuaian atau ketidaksesuaian bahkan lebih antara keinginan yang diharapkan dengan perasaan setelah menggunakan produk atau jasa yang dibeli (Turnip, Situmorang, dan Siregar, 2014).

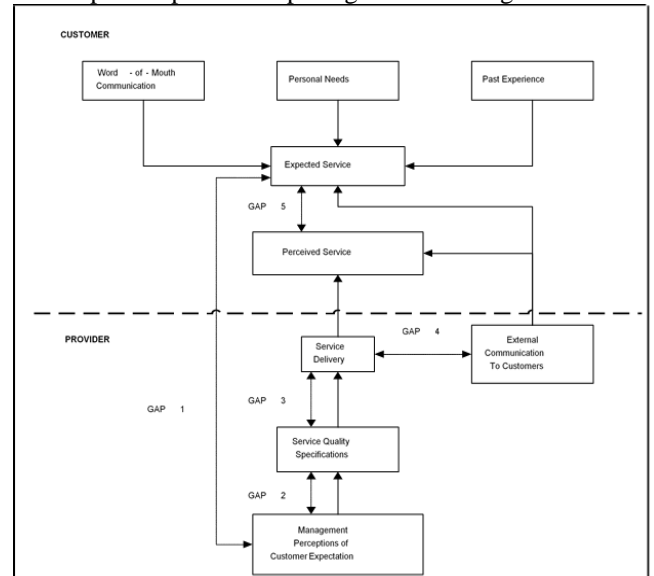
Kualitas layanan adalah tolak ukur seberapa baik atau buruknya suatu layanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pelanggan ataupun sebaliknya. Memberikan kualitas layanan berarti menyesuaikan dengan harapan pelanggan pada dasar yang konsisten. Peneliti akan menggunakan model gap 5 karena didalam perusahaan jasa, pihak perusahaan harus dapat mengukur seberapa baik kualitas yang diberikan dalam pandangan konsumen.

Menurut (Parasuraman, Berry, & Zeithaml 1988) menjelaskan suatu model dan merangkai beberapa acuan penting sehingga dapat digunakan sebagai pedoman untuk menyesuaikan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang diberikan. Hal ini disebut dengan kesenjangan atau gap yang diakibatkan dari tidak terpenuhinya suatu harapan yang diinginkan terhadap pelayanan yang sudah diberikan kepada pelanggan.

Pada kualitas layanan konsep gap atau kesenjangan digunakan oleh para peneliti untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), dikarenakan

persaingan bisnis yang semakin berkembang dan kompetitif, perusahaan harus dapat menilai mengenai besar kecilnya kesenjangan antara kinerja perusahaan dengan standar kinerja yang diharapkan.

Gap ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Gaps Model of Service Quality (Zeithaml et al. 1990)

Berdasarkan gaps model of service quality diatas, ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan (gap). Ke lima kesenjangan (gap) menurut Zeithaml dalam (Tjiptono & G. Chandra, 2005) yaitu :

Gap-1 atau kesenjangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dipikirkan oleh manajemen. Dengan contoh : perusahaan gagal mengasumsikan keinginan dari apa yang diinginkan atau diharapkan oleh konsumen.

Gap-2 atau kesenjangan dari apa yang dipikirkan oleh manajemen terhadap apa yang diharapkan konsumen beserta standarisasi atau spesifikasi yang dimiliki (*standards gaps*). Dengan contoh : perusahaan gagal membuat layanan yang dianggap standar dalam memenuhi keinginan konsumen.

Gap-3 antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*). Dengan contoh : perusahaan gagal dalam menyampaikan layanan dalam memenuhi standar yang telah ditentukan.

Gap-4 antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communication gap*). Dengan contoh : ketika iklan atau penyampaian jasa yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.

Gap-5 antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*). Dengan contoh : ketika 5 dimensi yang dijadikan standar dalam kualitas layanan gagal untuk disampaikan. Penghitungan gap 5 dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut :

SERVICE QUALITY MODEL

$$\text{Service Quality} = \text{Expected Service} - \text{Perceived}$$

Service Gap

Gambar 2. Pengukuran Kualitas Jasa, *Jurnal Marianty Merry* Vol 13, No 2 (2009)

Peneliti akan menggunakan dimensi kualitas untuk mengukur gap 5 antara persepsi – harapan, menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang dirancang kedalam 5 dimensi sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti langsung), merupakan sebuah wujud atau fisik yang dimiliki perusahaan, yang didalamnya dapat berupa fasilitas, karyawan, alat kerja, mesin, dan sarana komunikasi. Pada penelitian ini bukti fisik berupa fasilitas kantor, ruang manasik, toilet, *teller*, ruang tunggu, perlengkapan umrah, seragam yang digunakan merupakan daya Tarik yang dapat dilihat oleh jemaah.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemahiran yang dimiliki pihak penyedia jasa yang dapat direalisasikan kepada konsumen dengan tujuan memuaskan atau menambah daya akurasi untuk kepuasan konsumen tersebut. Kehandalan yang dimiliki oleh pihak travel berupa : ketepatan waktu yang dijanjikan perusahaan dalam melayani Jemaah, *handling* selama di *airport*, kondisi transportasi, kesesuaian hotel dengan yang dijanjikan, dan kualitas makanan yang ditawarkan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), keterampilan pihak perusahaan yang dapat memberikan solusi bagi pelanggan dengan menyediakan jasa. Pihak perusahaan bertanggung jawab dalam hal cepat dalam merespon kebutuhan Jemaah, cepat dan tanggap dalam menghadapi keluhan Jemaah, dan kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi tiap pertanyaan dari Jemaah selama ibadah berlangsung.
4. *Assurance* (jaminan), kemampuan sistem dan kejujuran dalam menyediakan jasa secara etis, santun dan lembut agar pihak penerima jasa percaya dengan apa yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa (termasuk *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security*). Sedangkan jaminan yang diberikan oleh pihak perusahaan berupa : pengecekan kesiapan Jemaah, pemberian materi selama manasik, dan menyediakan kompensasi untuk Jemaah atas kesalahan atau ketidakinginan yang terjadi selama proses ibadah berlangsung.
5. *Emphaty* (Empati), merupakan suatu pendekatan, kemudahan dalam mengakses, dan kemudahan dalam berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Didalam empati pihak perusahaan harus memperlihatkan keramahan yang ditunjukkan para karyawan kepada Jemaah, kemampuan para

pembimbing dalam memberikan ceramah, mengenal para Jemaah secara individu, pembimbing harus sabar dalam membimbing ibadah, dan perusahaan harus dapat menampung aspirasi dan keluhan dari Jemaah.

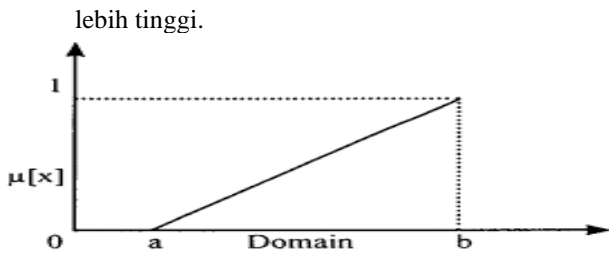
Sebelum melakukan pengukuran antara persepsi dan harapan dilakukan penghitungan dengan menggunakan metode *fuzzy set*, secara istilah logika *fuzzy* dimuat dalam proposal teori himpunan *fuzzy* pada tahun 1965 oleh Lotfi Zadeh, logika ini telah dipelajari sejak tahun 1920 sebagai logika yang memiliki nilai tak terbatas. Logika *fuzzy* sendiri didasari dari pengamatan seseorang dalam membuat keputusan berdasarkan informasi yang tidak tepat dan *non-numeric*, model atau *set fuzzy* merupakan cara bagi matematika untuk dapat mewakili ketidakjelasan dan informasi yang tidak tepat untuk itu disebut dengan kata *fuzzy*, model ini memiliki kemampuan dalam mengenali, mewakili, memanipulasi, menafsirkan, dan memanfaatkan data dan informasi yang kurang jelas dan kurang pasti

Himpunan tegas (*crisp*) A didefinisikan oleh item-item yang ada pada himpunan itu. Jika $a \in A$, maka nilai yang berhubungan dengan a adalah 1. namun jika $a \notin A$, maka nilai yang berhubungan dengan a adalah 0. notasi $A = \{x|P(x)\}$ menunjukkan bahwa A berisi item x dengan $p(x)$ benar. Jika XA merupakan fungsi karakteristik A dan properti P , maka dapat dikatakan bahwa $P(x)$ benar, jika dan hanya jika $XA(x)=1$. Himpunan Fuzzy didasarkan pada gagasan untuk memperluas jangkauan fungsi karakteristik sedemikian hingga fungsi tersebut akan mencakup bilangan real pada interval $[0,1]$. Nilai keanggotaannya menunjukkan bahwa suatu item dalam semesta pembicaraan tidak hanya berada pada 0 atau 1, namun juga nilai yang terletak diantaranya. Dengan kata lain, nilai kebenaran suatu item tidak hanya benar atau salah. Nilai 0 menunjukkan salah, nilai 1 menunjukkan benar, dan masih ada nilai-nilai yang terletak antara benar dan salah (Kusumadewi : 2002).

1. Linguistik, yaitu penamaan suatu grup yang mewakili suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa alami.
2. Numeris, yaitu suatu nilai (angka) yang menunjukkan ukuran dari suatu variabel.

Fungsi keanggotaan (*membership function*) adalah suatu kurva yang menunjukkan pemetaan titik input kedalam nilai keanggotaannya (sering juga disebut dengan derajat keanggotaan) yang memiliki interval antara 0 sampai 1. Untuk menyatakan fungsi keanggotaan ada beberapa fungsi yang dapat digunakan, yaitu: (Kusumadewi : 2002).

1. Representasi linier naik, pemetaan input derajat keanggotaannya dapat digambarkan sebagai satu garis lurus. Bentuk ini merupakan bentuk paling sederhana dan menjadi pilihan yang baik untuk mendekati suatu konsep yang kurang jelas. Ada dua keadaan himpunan fuzzylinier. Pertama, kenaikan himpunan dimulai pada nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan $[0]$ bergerak ke kanan menuju ke nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan



Gambar 3. Representasi Linier naik

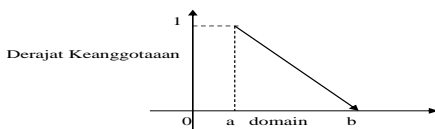
Fungsi keanggotaan:

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \\ (x - a)/(b - a); & a \leq x \leq b \\ 1; & x \geq b \end{cases}$$

Keterangan :

a = nilai domain yang mempunyai derajat keanggotaan nol
 b = nilai domain yang mempunyai derajat keanggotaan satu
 x = nilai input yang akan di ubah ke dalam bilangan fuzzy

2. Representasi Linear turun merupakan kebalikan dari representasi linear naik. Garis lurus dimulai dari nilai domain dengan derajat keanggotaan tertinggi pada sisi kiri, kemudian bergerak menurun ke nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan lebih rendah.



Gambar 4. Representasi Linier Turun

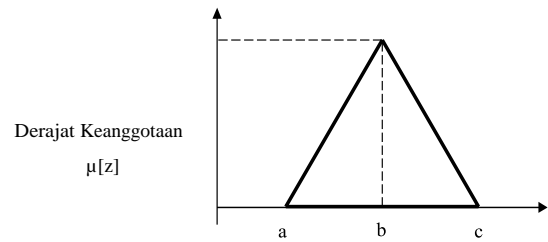
Fungsi keanggotaan:

$$\mu[x] = \begin{cases} (b - x)/(b - a); & a \leq x \leq b \\ 0; & x \geq b \end{cases}$$

Keterangan:

a = nilai domain yang mempunyai derajat keanggotaan satu,
 b = nilai domain yang mempunyai derajat keanggotaan nol,
 c = nilai input yang akan diubah kedalam bilangan fuzzy.

3. *Triangular Fuzzy Number (TFN)* merupakan range nilai dari bobot jawaban responden. TFN terdiri dari tiga nilai batas yaitu nilai batas bawah (a), nilai tengah (b) dan nilai batas atas (c). Setiap pilihan diberikan range nilai yang akan dihitung menggunakan rumus untuk menentukan TFN.



Gambar 5. Kurva Segitiga

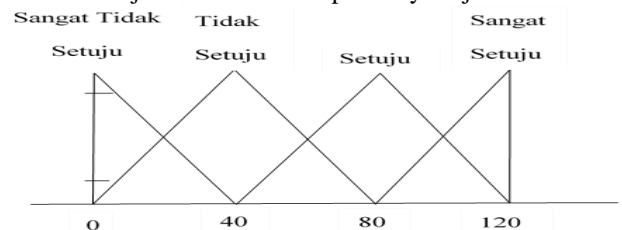
Fungsi keanggotaan:

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \text{ atau } x \geq c \\ (x - a)/(b - a); & a \leq x \leq b \\ (b - x)/(c - b); & b \leq x \leq c \end{cases}$$

Keterangan:

a = nilai domain yang terkecil yang mempunyai derajat keanggotaan nol.
 b = nilai domain yang terkecil yang mempunyai derajat keanggotaan satu.
 c = nilai domain terbesar yang mempunyai derajat keanggotaan nol.
 x = nilai input yang akan diubah kedalam bilangan fuzzy .

4. Kurva bahu adalah kurva yang mempresentasikan bukan hanya satu buah himpunan, melainkan terdiri dari beberapa himpunan. Berbeda dengan kurva segitiga dan kurva trapesium yang merepresentasikan menjadi salah satu himpunan saja.



Gambar 6. Kurva berbentuk bahu untuk Penentuan nilai Fuzzy set

Fuzzy pertama kali dikenalkan oleh Prof Zadeh pada tahun 1965 dari Amerika lebih tepatnya California University, Zadeh telah memodifikasi teori himpunan ini yang dimana pada setiap anggotanya memiliki derajat keanggotaan yang bernilai kontinu antara 0 – 1 yang disebut dengan himpunan kabur (Sri Kusumadewi 2002 : 01). Selama beberapa tahun terakhir himpunan dan logika Fuzzy ini telah digunakan dalam lingkup permasalahan yang cukup luas, seperti kendali dalam suatu proses, klasifikasi, pencocokan pola, didalam manajemen untuk pengambilan keputusan, riset dalam operasi, ekonomi dan lebih banyak lagi. Secara prinsip himpunan fuzzy ini merupakan perluasan dari himpunan crisp yang dimana himpunan ini dapat membagi suatu kelompok kedalam dua kategori yaitu anggota dan bukan anggota.

Menurut (Sri Kusumadewi, 2002: 97) yang menjelaskan Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi, Fuzzyfikasi yaitu penentuan *Triangular fuzzy number* (TFN). Pada tahap ini perhitungan fuzzyfikasi dilakukan untuk mendapatkan nilai batas bawah

(ci), batas tengah (ai), dan batas atas (bi) yang merupakan nilai dari *Triangular Fuzzy Number* (TFN). Sedangkan Input dari proses *defuzzyfikasi* adalah suatu himpunan *fuzzy* yang diperoleh dari komposisi aturan-aturan *fuzzy*, sedangkan output yang dihasilkan merupakan suatu bilangan pada domain himpunan *fuzzy* tersebut. Sehingga jika diberikan suatu himpunan *fuzzy* dalam *range* tertentu, maka harus diambil suatu nilai *crisp* tertentu (Turnip, Situmorang, and Siregar 2014).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Metodologi penelitian

Menurut (Firman, 2005) penelitian deskriptif adalah penelitian yang menerangkan suatu fenomena dalam pembelajaran yang menggunakan ukuran-ukuran statistic, seperti frekuensi, rata-rata, variabilitas dan citra visual dari data seperti grafik. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat (Kunto, 2006).

Sedangkan menurut Azwar (2007:5) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memfokuskan pada data-data numeric yang di olah dengan metode statistic. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang didalamnya berupa usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan rumus dan kepastian data numerik (Musianto, 2002).

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, kuantitatif, penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti. Untuk penelitian kuantitatif data yang diperoleh dari kuisisioner penelitian dan dianalisis dengan metode yang digunakan. Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai respon pengguna jasa travel umroh terhadap kepuasan pelayanan jasa PT. Noorabika di kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode *Fuzzy-Servqual*. Metode *Fuzzy-Servqual* adalah metode yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dengan apa yang di harapkan, dengan tujuan untuk meningkatkan pembelajaran dalam meningkatkan pelayanan jasa umroh di PT. Noorabika Bandung.

Populasi menurut Sugiyono (2010:80) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Chrysnanda dan Hastobroto, 2002). Dari penjelasan tersebut peneliti menetapkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah Jemaah Umrah pada tahun 2019 dengan total 1145 jemaah di PT. Noorabika Bandung.

Sedangkan sampel adalah suatu proses untuk menyeleksi porsi dari populasi untuk dapat mewakili populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel penelitian menggunakan Teknik penarikan sampel acak (*random sampling*) terhadap seluruh Jemaah umrah yang sudah merasakan pelayanan dari perusahaan jasa PT. NOORABIKA yang termasuk dalam populasi penelitian. Jumlah dari hasil perhitungan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel
N = Ukuran Populasi
e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

$$n = \frac{1145}{1 + 1145 \times (0,1)^2}$$

$$n = 91,96787 = 92 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari hasil perhitungan diatas, minimal responden yang akan diteliti sebesar 92 responden. Peneliti akan menggunakan 120 Responden untuk diteliti.

Kuesioner yang disusun pada penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan serta penghasilan. Data ini berguna untuk mengetahui rata – rata pengguna layanan umroh PT. Noorabika berdasarkan kondisi demografinya.

2. Pernyataan Kuesioner Tingkat Persepsi dan Tingkat Kepentingan

Kuesioner ini berupa pertanyaan – pertanyaan yang disusun untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap layanan umroh PT. Noorabika. Penyusunan pertanyaan dilakukan berdasarkan pada hasil wawancara dengan pihak perusahaan yang dikelompokkan menjadi 5 dimensi *service quality* yaitu: *Tangibles* (Bukti Fisik)

1. Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika
 2. Kecukupan tempat parkir yang tersedia
 3. Desain kantor PT Noorabika (co: ruang tunggu, toilet)
 4. Kondisi ruang manasik PT Noorabika
 5. Kondisi peralatan (kain ihram, koper, tas, buku panduan)
 6. Kerapihan penampilan karyawan PT Noorabika
- Reliability* (Kehandalan)

1. Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan
2. Layanan *airport handling* di Soekarno Hatta
3. Layanan *airport handling* di Jeddah
4. Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke Bandara Soekarno Hatta

5. Kondisi transportasi (bus) dari Madinah ke Makkah
6. Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah dengan yang ditawarkan
7. Kesesuaian hotel selama tinggal di Makkah dengan yang ditawarkan
8. Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah
9. Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal Makkah

Responsiveness (Daya Tanggap)

1. Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah
2. Kecepatanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah
3. Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan dari Jemaah

Assurance (Jaminan)

1. Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah
2. Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah
3. Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan

Emphaty (Empati)

1. Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah
2. Kemampuan pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani
3. Pembimbing ibadah mengenal jemaah secara individu
4. Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah
5. Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari Jemaah

Skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian menggunakan skala Likert 1 sampai dengan 4 untuk mengetahui respon tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi dari konsumen. Adapun rincian skala yang digunakan dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

TABEL 1. SKALA LIKERT PENELITIAN

Skala	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi
1	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Baik	Tidak Penting
3	Baik	Penting
4	Sangat Baik	Sangat Penting

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada responden, kuesioner yang telah disusun terlebih dahulu diuji kepada sejumlah responden yang tidak termasuk responden yang akan diteliti. Data hasil pretest kemudian digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur. Uji ini dilakukan untuk memperbaiki alat ukur sehingga tidak menimbulkan kesalahan persepsi pada responden.

Uji validitas merupakan suatu derajat ketepatan antara

data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam salah satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan yang peneliti buat. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang hendak disebarkan.

Teknik yang akan digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi Pearson Product Moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid yang kemudian akan digantikan atau dikeluarkan dari kuesioner. Menurut Hair et al (2010), variabel dinyatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* > 0,361

Sedangkan Rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2) (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
- $\sum xy$ = jumlah perkalian antara variabel x dan y
- $\sum x^2$ = jumlah dari kuadrat nilai x
- $\sum y^2$ = jumlah dari kuadrat nilai y
- $(\sum x)^2$ = jumlah nilai x kemudian dikuadratkan
- $(\sum y)^2$ = jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

Keputusan pengujian validitas item didasarkan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus diatas menggunakan software Statistical Package for the Social Science (SPSS) 20.0 for windows. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan interpretasi nilai r.

Uji Reliabilitas menurut (Sugiono, 2000) adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes, merupakan tingkat konsistensi suatu tes, adalah sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relatif tidak berubah meskipun ditekankan pada situasi yang berbeda.

Suatu alat ukur dikatakan reliable apabila alat tersebut dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliable secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama. Penelitian ini menggunakan teknik reliabilitas/konsistensi dengan *Cronbach Alpha 0,361*.

Fuzzyfikasi adalah proses yang dilakukan untuk mengubah variabel nyata menjadi variabel *fuzzy*, ini ditujukan agar masukan kontroler *fuzzy* bisa dipetakan menuju jenis yang sesuai dengan *fuzzy*. Pemetaan dilakukan dengan bantuan model dari fungsi keanggotaan agar dapat

diketahui besar masukan tersebut (Derajat keanggotaan). *Fuzzyfikasi* diawali dengan cara menentukan himpunan *set fuzzy* yang merupakan domain dari nilai *fuzzy* yang akan digunakan. Kemudian langkah berikutnya yaitu penentuan *Triangular Fuzzy Number* (TFN) yang merupakan perhitungan batas atas, batas bawah dan batas tengah dari nilai *crisp fuzzy* (Kusumadewi, 2002).

Setelah menghitung nilai *Triangular Fuzzy Number* dari setiap atribut penelitian ini, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan proses *defuzzyfikasi*. Proses *defuzzyfikasi* dilakukan untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif dengan cara menghitung nilai rata – rata dari nilai *Triangular Fuzzy Number*. Proses *fuzzyfikasi* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\frac{c + a + b}{3}$$

Dimana:

- c : Nilai batas bawah TFN
- a : Nilai tengah TFN
- b : Nilai batas atas TFN

Pada perhitungan nilai *gap* digunakan *gap* ke-5 yaitu *gap* antara layanan umrah yang dirasakan dan layanan umrah yang diharapkan oleh konsumen. *Gap* ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara mempersepsikan kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan tingkat kepentingan layanan tersebut bagi konsumen.

Pada perhitungan *Gap* ke-5 membandingkan 26 atribut yang identik yang diukur dengan dua skala yang berbeda. Skala yang pertama merupakan tingkat kinerja layanan yang direpresentasikan oleh tingkat persepsi konsumen, sedangkan skala lainnya merupakan taksiran dari harapan pelanggan terhadap tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pada penelitian ini terdapat dua dimensi pengukuran yaitu tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi. Pada analisis kuadran persepsi dan ekspektasi layanan, tingkat persepsi layanan umroh yang dapat memberikan kepuasan konsumen diwakili oleh sumbu horizontal (X). Sedangkan untuk tingkat ekspektasi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan diwakili oleh sumbu vertical (Y).

Diagram kartesius persepsi dan ekspektasi merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan saling tegak lurus pada titik (a, b) dimana a merupakan rata – rata dari rata – rata skor tingkat persepsi sedangkan b merupakan rata – rata dari rata – rata skor tingkat harapan konsumen. Untuk menentukan koordinat perpotongan antara tingkat persepsi dan ekspektasi dapat diformulasikan sebagai berikut.

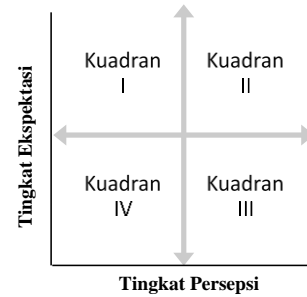
$$a = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{K} \text{ dan } b = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{K}$$

Dimana:

- a : rata – rata dari rata – rata tingkat persepsi layanan
- b : rata – rata dari rata – rata tingkat ekspektasi layanan
- X_i : rata – rata tingkat persepsi layanan
- Y_i : rata – rata tingkat ekspektasi layanan

K : Jumlah atribut

Kemudian tingkat persepsi dan ekspektasi dipetakan ke dalam empat bagian diagram kartesius seperti pada gambar 3.2 sebagai berikut:



Gambar 7. Diagram Kartesius Persepsi - Ekspektasi

Berdasarkan hasil penilaian tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor persepsi dan skor ekspektasi. Skor kesesuaian ini yang akan menentukan urutan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah:

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

- X_i : Skor tingkat persepsi layanan
- Y_i : Skor tingkat ekspektasi layanan

Berdasarkan pembahasan mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja layanan di PT. Noor Abika Bandung, maka selanjutnya dibahas mengenai usulan perbaikan pelayanan jasa di PT. Noor Abika Bandung di masa yang akan datang.

B. Analisis dan Pembahasan

Penyebaran kuesioner dilakukan dari tanggal 12 September sampai 28 Desember sehingga data yang terkumpul sebanyak 120 responden, yang dirangkum pada tabel 2 berupa karakteristik responden sebagai berikut :

TABEL 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Karakteristik Responden	Jumlah	(%)
1	Jenis Kelamin		
	Pria	50	42%
	Wanita	70	58%
No	Karakteristik Responden	Jumlah	(%)
2	Usia		
	26	27	22%
	28	22	18%
	32	26	22%
	45	20	17%
	47	10	8%
	55	8	7%
	59	4	3%
3	Mata Pencaharian		
	Wirausaha	42	35%
	Petani	25	21%
	Pegawai Negeri Sipil	30	25%
	Pegawai Swasta	23	19%
4	Penghasilan		
	< 1.000.000	0	0%
	1.000.000–3.000.000	47	39%
	3.000.000–6.000.000	26	22%
	6.000.000–8.000.000	24	20%
	9.000.0000 >	23	19%

Uji *Pretest* dilakukan secara bertahap dengan mendapatkan informasi yang relevan terhadap penelitian, agar indikator tiap pertanyaan jelas terhadap batasan masalah yang dimiliki, dan memperoleh hasil pada uji validitas dan reliabilitas setinggi mungkin.

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan mengukur valid atau tidak validnya suatu kuesioner, dapat dikatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan kuesioner yang disebarkan. Peneliti menggunakan data pretest sebanyak 30 responden untuk menguji kevalidan tiap indikator yang telah disusun. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti tersebut. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dan jumlah responden adalah 120 kuesioner, maka dari itu didapat r tabel sebesar 0,1779.

Hasil dari uji validitas terdapat pada tabel 3 Sebagai berikut:

TABEL 3. UJI VALIDITAS

Pertanyaan	Dimensi	r hitung	r tabel	Keterangan
Q1	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	0,708	0,1779	Valid
Q2		0,565	0,1779	Valid
Q3		0,439	0,1779	Valid
Q4		0,514	0,1779	Valid
Q5		0,819	0,1779	Valid
Q6		0,525	0,1779	Valid
Q7	<i>Reliability</i>	0,774	0,1779	Valid
Q8		0,818	0,1779	Valid
Q9		0,743	0,1779	Valid
Q10		0,898	0,1779	Valid
Q11		0,766	0,1779	Valid
Q12		0,641	0,1779	Valid
Q13		0,436	0,1779	Valid
Q14		0,662	0,1779	Valid
Q15	<i>Responsiveness</i>	0,918	0,1779	Valid
Q16		0,751	0,1779	Valid
Q17		0,644	0,1779	Valid
Q18	<i>Assurances</i>	0,609	0,1779	Valid
Q19		0,625	0,1779	Valid
Q20		0,878	0,1779	Valid
Q21		0,681	0,1779	Valid
Q22	<i>Emphaty</i>	0,567	0,1779	Valid
Q23		0,820	0,1779	Valid
Q24		0,775	0,1779	Valid
Q25		0,457	0,1779	Valid
Q26		0,789	0,1779	Valid

(Sumber Spss.20)

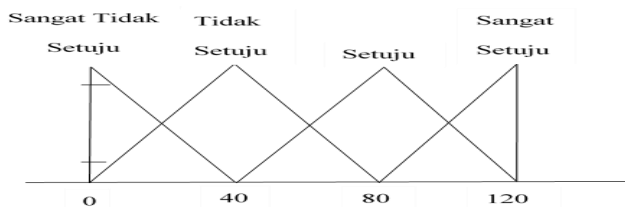
Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Peneliti menggunakan data pretest sebanyak 30 responden untuk menguji kereliabelan tiap indikator yang telah disusun. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach, sebagai berikut:

Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas software SPSS 20.0 for windows.

TABEL 4. HASIL UJI RELIABILITAS

Nilai Cronbach's	Alpha	Nilai	Keterangan
0,361		0,742	Valid

Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 14 September 2019 sampai 28 Desember 2019 melalui telepon dan dengan bantuan google form untuk menyusun tiap pertanyaan agar memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.



Gambar 8. Penentuan nilai fuzzy set

Berdasarkan Gambar tersebut, maka penentuan skor yang digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dari perhitungan nilai *Fuzzyfikasi* yaitu:

1. Kategori 0 = Sangat Tidak Setuju
2. Kategori 40 = Tidak Setuju
3. Kategori 80 = Setuju dengan
4. Kategori 120 = Sangat Setuju

TABEL 5. BATAS SKALA

Semesta	Batas	Domain	Skala
0-120	0-40	0,0,40	STS
0-120	0-80	0,40,80	TS
0-120	40-120	40,80,120	S
0-120	80-120	80,120,120	SS

Pada penghitungan fuzzyfikasi kuesioner persepsi pelanggan peneliti menggunakan *software Microsoft Excell*, yang dimana nilai Fuzzyfikasi merupakan nilai rata-rata dari nilai a,b,c. Perangkingan dilakukan diawali dari nilai tertinggi ke nilai terendah. Hasil perhitungan Fuzzyfikasi Persepsi seperti pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

TABEL 6. FUZZYFIKASI PERSEPSI

No	Dimensi	KRITERIA	TFN		
			c	a	b
1	TANG 1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika	50,33	88,33	110,33
2	TANG 2	Kecukupan tempat parkir yang tersedia	51,66	89,00	109,00
3	TANG 3	Desain kantor	49,33	87,66	110,33
4	TANG 4	Kondisi ruang manasik	50,33	88,00	109,66
5	TANG 5	Kondisi peralatan	48,66	87,00	110,33
6	TANG 6	Kerapihan penampilan karyawan	46,5	84,00	108,66
7	RELI 1	Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan	51,66	89,66	111,00
8	RELI 2	Layanan <i>airport handling</i> di	50,33	87,33	109,66

		Soekarno Hatta dan Jeddah			
9	RELI 3	Layanan <i>airport handling</i> di Jeddah	49,33	88,00	112,33
10	RELI 4	Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta	47,66	84,66	108,33
11	RELI 5	Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Mekkah	51,00	89,33	113,00
12	RELI 6	Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah	51,66	90,66	113,66
13	RELI 7	Kesesuaian hotel selama tinggal di Mekkah	47,66	85,66	111,33
14	RELI 8	Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah	49,33	86,33	110,00
15	RELI 9	Kualitas makanan selama tinggal di Mekkah	51,00	89,33	112,00
16	RESP 1	Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah	49,33	87,33	109,66
17	RESP 2	Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan jemaah	53,33	91,00	110,33
18	RESP 3	Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah	47,00	85,00	110,00
19	ASSU 1	Kemampuan petugas dalam mengecek	47,33	84,00	107,33

		kembali kesiapan Jemaah			
20	ASSU 2	Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah	47,66	85,00	109,00
21	ASSU 3	Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan	49,00	86,33	109,66
22	EMPH 1	Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah	47,66	85,33	110,00
23	EMPH 2	Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani	49,33	88,33	113,00
24	EMPH 3	Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu	47,66	85,00	109,66
25	EMPH 4	Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah	29,00	60,66	92,33
26	EMPH 5	Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah	28,66	61,66	94,66

(Sumber : Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018)

Hasil perhitungan Fuzzyfikasi Harapan seperti pada Tabel 7 sebagai berikut:

TABEL 7. HASIL FUZZYFIKASI HARAPAN

No	Dimensi	KRITERIA	TFN		
			c	a	b
1	TANG 1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika	51,67	88,67	110,67
2	TANG 2	Kecukupan tempat	53,33	91,67	114,33

		parkir yang tersedia			
3	TANG 3	Desain kantor	52,67	91,33	113,33
4	TANG 4	Kondisi ruang manasik	53,67	91,67	111,67
5	TANG 5	Kondisi peralatan	53,67	90,67	110,00
6	TANG 6	Kerapihan penampilan karyawan	55,67	94,33	114,67
7	RELI 1	Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan	54,33	92,67	112,67
8	RELI 2	Layanan <i>airport handling</i> di Soekarno Hatta dan Jeddah	48,67	86,67	110,00
9	RELI 3	Layanan <i>airport handling</i> di Jeddah	52,67	90,00	110,67
10	RELI 4	Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta	50,67	88,67	111,67
11	RELI 5	Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Mekkah	49,67	86,67	109,00
12	RELI 6	Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah	45,00	82,67	107,00
13	RELI 7	Kesesuaian hotel selama tinggal di Mekkah	50,67	88,33	109,67
14	RELI 8	Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah	45,33	82,33	108,00
15	RELI 9	Kualitas makanan selama tinggal di Mekkah	49,67	87,33	110,67
16	RESP 1	Kecepatan respon karyawan	50,67	89,00	112,33

		terhadap kebutuhan Jemaah			
17	RESP 2	Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah	51,67	89,67	111,33
18	RESP 3	Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah	50,67	88,00	109,33
19	ASSU 1	Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah	48,33	84,33	107,67
20	ASSU 2	Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah	44,67	81,33	106,00
21	ASSU 3	Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan	50,00	87,00	109,33
22	EMPH 1	Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah	46,67	83,67	107,33
23	EMPH 2	Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani	47,33	85,33	109,00
24	EMPH 3	Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu	41,33	78,67	105,33
25	EMPH 4	Kesabaran pembimbing ibadah	45,67	82,33	105,67

		terhadap Jemaah			
26	EMPH 5	Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah	50,00	87,67	110,00

(Sumber : Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018).

Hasil perhitungan Defuzzyfikasi Persepsi seperti pada Tabel 8 sebagai berikut:

TABEL 8. DEFUZZYFIKASI PERSEPSI

Dimensi	Kriteria	TFN			Defuzzyfikasi
		c	a	b	
TANG 1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika	50,33	88,33	110,33	82,78
TANG 2	Kecukupan tempat parkir yang tersedia	51,66	89,00	109,00	83,22
TANG 3	Desain kantor	49,33	87,66	110,33	82,44
TANG 4	Kondisi ruang manasik	50,33	88,00	109,66	82,67
TANG 5	Kondisi peralatan	48,66	87,00	110,33	82,00
TANG 6	Kerapihan penampilan karyawan	46,66	84,00	108,66	79,78
RELI 1	Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan	51,66	89,66	111,00	84,11
RELI 2	Layanan <i>airport handling</i> di Soekarno Hatta dan Jeddah	50,33	87,33	109,66	82,44
RELI 3	Layanan <i>airport handling</i> di Jeddah	49,33	88,00	112,33	83,22
RELI 4	Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta	47,66	84,66	108,33	80,22
RELI 5	Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Makkah	51,00	89,33	113,00	84,44

RELI 6	Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah	51,66	90,66	113,66	85,33
RELI 7	Kesesuaian hotel selama tinggal di Makkah	47,66	85,66	111,33	81,56
RELI 8	Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah	49,33	86,33	110,00	81,89
RELI 9	Kualitas makanan selama tinggal di Makkah	51,00	89,33	112,00	84,11
RESP 1	Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah	49,33	87,33	109,66	82,11
RESP 2	Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan jemaah	53,33	91,00	110,33	84,89
RESP 3	Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah	47,00	85,00	110,00	80,67
ASSU 1	Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah	47,33	84,00	107,33	79,56
ASSU 2	Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah	47,66	85,00	109,00	80,56
ASSU 3	Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas	49,00	86,33	109,66	81,67

	kesalahan yang dilakukan perusahaan				
EMPH 1	Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah	47,66	85,33	110,00	81,00
EMPH 2	Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani	49,33	88,33	113,00	83,56
EMPH 3	Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu	47,66	85,00	109,66	80,78
EMPH 4	Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah	29,00	60,66	92,33	60,44
EMPH 5	Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah	28,66	61,66	94,66	61,67

(Sumber : Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018).

Hasil perhitungan Defuzzyfikasi Harapan seperti pada Tabel 9 sebagai berikut:

TABEL 9. DEFUZZYFIKASI HARAPAN

Dimensi	Kriteria	TFN			Defuzzyfikasi
		C	a	b	
TANG 1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika	51,67	88,67	110,67	83,67
TANG 2	Kecukupan tempat parkir yang tersedia	53,33	91,67	114,33	86,44
TANG 3	Desain kantor	52,67	91,33	113,33	85,78
TANG 4	Kondisi ruang manasik	53,67	91,67	111,67	85,67
TANG 5	Kondisi peralatan	53,67	90,67	110,00	84,78
TANG 6	Kerapihan penampilan karyawan	55,67	94,33	114,67	88,22
RELI 1	Kesesuaian jadwal selama	54,33	92,67	112,67	86,56

	umrah dengan yang ditawarkan				
RELI 2	Layanan <i>airport handling</i> di Soekarno Hatta dan Jeddah	48,67	86,67	110,00	81,78
RELI 3	Layanan <i>airport handling</i> di Jeddah	52,67	90,00	110,67	84,44
RELI 4	Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta	50,67	88,67	111,67	83,67
RELI 5	Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Mekkah	49,67	86,67	109,00	81,78
RELI 6	Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah	45,00	82,67	107,00	78,00
RELI 7	Kesesuaian hotel selama tinggal di Mekkah	50,67	88,33	109,67	82,89
RELI 8	Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah	45,33	82,33	108,00	78,6
RELI 9	Kualitas makanan selama tinggal di Mekkah	49,67	87,33	110,67	82,56
RESP 1	Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah	50,67	89,00	112,33	84,00
RESP 2	Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan jemaah	51,67	89,67	111,33	84,22
RESP 3	Kecepatan pembimbing	50,67	88,00	109,33	82,67

	g ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah				
ASSU 1	Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah	48,33	84,33	107,67	80,11
ASSU 2	Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah	44,67	81,33	106,00	77,33
ASSU 3	Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan	50,00	87,00	109,33	82,11
EMPH 1	Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah	46,67	83,67	107,33	79,22
EMPH 2	Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani	47,33	85,33	109,00	80,56
EMPH 3	Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu	41,33	78,67	105,33	75,11
EMPH 4	Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah	45,67	82,33	105,67	77,89
EMPH 5	Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah	50,00	87,67	110,00	82,56

(Sumber : Olah Data Menggunakan *Microsoft Excell* 2018)

Pada hasil penghitungan Nilai *Servqual (Gap)* per indikator dari selisih tingkat persepsi dan harapan

menunjukkan bahwa sampai sejauh mana pihak PT. Noorabika telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan Jemaah. Perusahaan akan mengetahui tingkat kepentingan dan seberapa jauh peran dari atribut tersebut dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi Jemaah. Berikut adalah hasil dari *Gap* antara Persepsi dan Harapan :

TABEL 10. ANALISIS LAYANAN (GAP) PER ATRIBUT ANTARA PERSEPSI DAN HARAPAN PELANGGAN

NO	Atribut	Persepsi	Harapan	GAP	Rank
1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika	82.78	83.67	-0.89	14
2	Kecukupan tempat parkir yang tersedia	83.22	86.44	-3.22	6
3	Desain kantor	82.44	85.78	-3.33	5
4	Kondisi ruang manasik	82.67	85.67	-3.00	7
5	Kondisi peralatan	82.00	84.78	-2.78	8
6	Kerapihan penampilan karyawan	79.78	88.22	-8.44	3
7	Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan	84.11	86.56	-2.44	9
8	Layanan airport handling di Soekarno Hatta	82.44	81.78	0.67	17
9	Layanan airport handling di Jeddah	83.22	84.44	-1.22	9
10	Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta	80.22	83.67	-3.44	4
11	Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Makkah	84.44	81.78	2.67	21
12	Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah	85.33	78.00	7.33	26
13	Kesesuaian hotel selama	81.56	82.89	-1.33	12

	tinggal di Makkah				
14	Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah	81.89	78.56	3.33	24
15	Kualitas makanan selama tinggal di Makkah	84.11	82.56	1.56	19
16	Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah	82.11	84.00	-1.89	11
17	Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan jemaah	84.89	84.22	0.67	18
18	Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah	80.67	82.67	-2.00	10
19	Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah	79.56	80.11	-0.56	15
20	Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah	80.56	77.33	3.22	23
21	Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan	81.67	82.11	-0.44	16
22	Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah	81.00	79.22	1.78	20

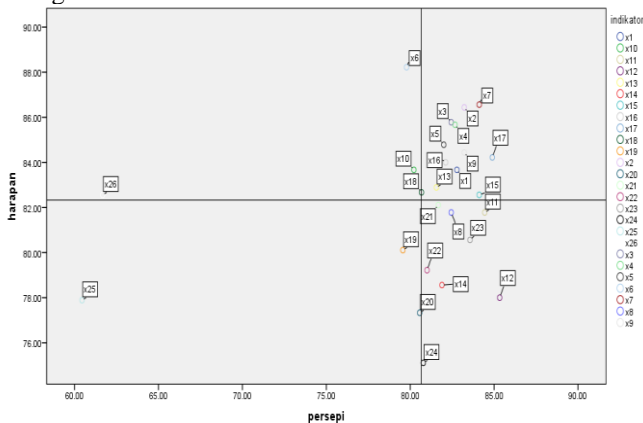
23	Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani	83.56	80.56	3.00	22
24	Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu	80.78	75.11	5.67	25
25	Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah	60.44	77.89	-17.44	2
26	Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah	61.67	82.56	-20.89	1

(Sumber : Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018).

Berdasarkan hasil perhitungan *Gap* persepsi dan ekspektasi, diperoleh 5 indikator yang perlu di prioritaskan untuk meningkatkan perbaikan kualitas layanan ibadah umrah, yaitu:

1. Pihak perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah
2. Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah
3. Kerapihan penampilan karyawan
4. Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta
5. Desain Kantor

Pada tahap ini tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi dibuat dan dipetakan kedalam diagram kartesius persepsi dan ekspektasi. Pemetaan ini dilakukan berdasarkan dari hasil penilaian tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, sehingga dapat ditentukan fakto-faktor yang menjadi prioritas utama perusahaan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan di masa yang akan datang.



Gambar 9. Diagram Kartesius

Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat persepsi dan

harapan yang terdapat pada kolom sebelumnya, Nilai harapan diambil dari nilai Y dan nilai kinerja diambil dari nilai X masing-masing atribut. Langkah selanjutnya garis horizontal dan garis vertikal digambarkan berdasarkan perhitungan rata-rata keseluruhan yang merupakan titik potong dari diagram kartesius kepuasan pelanggan.

Garis horizontal dan garis vertikal ini dibagi menjadi empat kuadran yang selanjutnya pengelompokannya dirangkum dalam tabel 11.

TABEL 11. PENGELOMPOKKAN ATRIBUT LAYANAN

Daerah	Kode	Atribut
I	X6	Kerapihan penampilan karyawan Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah
	X10	
	X26	
II	X1	Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika Kecukupan tempat parkir yang tersedia Desain kantor Kondisi ruang manasik Kondisi peralatan Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan Layanan airport handling di Jeddah Kesesuaian hotel selama tinggal di Mekkah Kualitas makanan selama tinggal di Mekkah Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah
	X2	
	X3	
	X4	
	X5	
	X7	
	X9	
	X13	
	X15	
	X16	
	X17	
	X18	
III	X8	Layanan airport handling di Soekarno Hatta Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Mekkah Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu
	X11	
	X12	
	X14	
	X21	
	X22	
	X23	
	X24	
IV	X19	Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah
	X20	
	X25	

Pada tabel berikut menunjukkan bahwa 26 indikator kepuasan Jemaah PT. Noorabika Bandung terhadap pelayanan ibadah umrah yang diberikan perusahaan tersebar dan terbagi menjadi empat kuadran, yang terdiri dari Kuadran I terdapat 3 indikator, Kuadran II terdapat 12 indikator, Kuadran III terdapat 8 indikator dan Kuadran IV terdapat 3 indikator, berikut merupakan penjelasan dari tiap

kuadran dan indikator yaitu :

1. Kuadran I

Indikator yang berada pada kuadran I ini merupakan indikator yang dianggap penting oleh jemaah, tetapi pada nyatanya kinerja yang dilakukan perusahaan terhadap indikator tersebut dapat dikatakan masih rendah. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini meliputi: X6) Kerapihan penampilan karyawan, X10) Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta, X26) Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari jemaah

2. Kuadran II

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang menunjukkan kepuasan Jemaah umrah. Terdapat 11 indikator yang ada pada kuadran ini. Indikator tersebut meliputi : X1) Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika, X2) Kecukupan tempat parkir yang tersedia, X3) Desain kantor, X4) Kondisi ruang manasik, X5) Kondisi peralatan, X7) Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang , X9) Layanan airport handling di Jeddah, X13) Kesesuaian hotel selama tinggal di Mekkah, X15) Kualitas makanan selama tinggal di Mekkah, X16) Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah, X17) Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah, X18) Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah

3. Kuadran III

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang menunjukkan kepuasan Jemaah umrah kurang penting tetapi didalam tingkat pelaksanaannya berlebihan. Indikator yang berada pada kuadran ini meliputi : X8) Layanan airport handling di Soekarno Hatta, X11) Kondisi transportasi (bus) dari Madinah Ke Mekkah, X12)Kesesuaian hotel selama tinggal di Madinah X14) Kualitas makanan yang disajikan selama tinggal di Madinah, X21) Ketersediaan kompensasi untuk jemaah atas kesalahan yang dilakukan perusahaan, X22) Keramahan yang ditunjukkan karyawan kepada Jemaah, X23) Kemampuan Pembimbing ibadah dalam memberikan siraman rohani, X24) Pembimbing ibadah mengenal Jemaah secara individu

4. Kuadran IV

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang dianggap kurang penting dan pelaksanaan yang dilakukan perusahaan tidak berlebihan atau biasa biasa saja. Indikator yang berada pada kuadran ini meliputi : X19) Kemampuan petugas dalam mengecek kembali kesiapan Jemaah, X20) Materi manasik yang disampaikan membantu dalam pelaksanaan ibadah, X25) Kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah.

TABEL 12. ANALISIS TINGKAT KESESUAIAN TIAP INDIKATOR LAYANAN

No Indikator	Persepsi	Harapan	TK	Prioritas
X26	61.67	82.56	74.70%	1
X25	60.44	77.89	77.60%	2
X6	79.78	88.22	90.43%	3
X10	80.22	83.67	95.88%	4
X3	82.44	85.78	96.11%	5
X2	83.22	86.44	96.27%	6
X4	82.67	85.67	96.50%	7
X5	82.00	84.78	96.72%	8
X7	84.11	86.56	97.18%	9
X18	80.67	82.67	97.58%	10
X16	82.11	84.00	97.75%	11
X13	81.56	82.89	98.39%	12
X9	83.22	84.44	98.55%	13
X1	82.78	83.67	98.94%	14
X19	79.56	80.11	99.31%	15
X21	81.67	82.11	99.46%	16
X17	84.89	84.22	100.79%	17
X8	82.44	81.78	100.82%	18
X15	84.11	82.56	101.88%	19
X22	81.00	79.22	102.24%	20
X11	84.44	81.78	103.26%	21
X23	83.56	80.56	103.72%	22
X20	80.56	77.33	104.17%	23
X14	81.89	78.56	104.24%	24
X24	80.78	75.11	107.54%	25
X12	85.33	78.00	109.40%	26

(Sumber : Olah Data Menggunakan Microsoft Excell 2018).

Perusahaan harus lebih berusaha untuk menampung masukan, saran, dan bahkan kritikan hal ini karena tingkat kesesuaian dari indikator tersebut memiliki tingkat kesesuaian sebesar 74,70%, dengan diikuti oleh rasa sabar pembimbing terhadap Jemaah sebesar 77,60%, kemudian diikuti oleh kerapihan penampilan karyawan sebesar 90,43%, kerapihan penampilan karyawan 90,43%, kondisi transportasi.

Berdasarkan penelitian mengenai rekomendasi perbaikan layanan jasa umrah dengan menggunakan pendekatan metode *fuzzy servqual* di PT. Noorabika Bandung, selanjutnya dibahas usulan perbaikan layanan berdasarkan pada hasil penelitian untuk meningkatkan kepuasan jemaah umrah PT. Noorabika Bandung di masa yang akan datang. Pada analisis tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, maka dari itu pihak perusahaan sudah

seharusnya memusatkan perhatian pada indikator yang termasuk dalam kuadran I sebagai berikut :

1. Karyawan harus dapat tampil lebih maksimal dalam segi penampilan disaat hari-hari tertentu, terutama manasik dan selama proses ibadah umrah berlangsung seperti memakai seragam, kartu tanda pengenalan dan sebagainya.
2. Perusahaan harus lebih memfokuskan pada kondisi transportasi yang digunakan selama di Indonesia, sebagian besar Jemaah memerhatikan sekecil apapun layanan yang diberikan untuk itu apabila ada suatu layanan yang sedikit mengecewakan maka akan selalu teringat oleh Jemaah tersebut.
3. Pihak perusahaan perlu memberikan perhatian yang lebih terhadap kritik dan saran dari Jemaah, selain itu pihak perusahaan perlu memperbaiki kinerja manajemen untuk lebih merespon keluhan dan permintaan pelanggan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian rekomendasi perbaikan layanan jasa umrah dengan menggunakan pendekatan metode *fuzzy servqual* PT. Noorabika Bandung, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan berupa :

1. Tingkat kepuasan Jemaah umrah PT. Noorabika Bandung secara keseluruhan masuk dalam klasifikasi puas. Hal ini terlihat dari hasil analisis tingkat kesesuaian antara kinerja karyawan dengan harapan jemaah yang memberikan hasil 75.09%. Dari 26 indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu cepat dan tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah yaitu kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah.
2. Hasil pengukuran kualitas layanan jasa umroh di PT. Noorabika dengan menggunakan *fuzzy servqual* memberikan kesimpulan sebagai berikut yang memberikan kepuasan kepada Jemaah ada 12 indikator yang meliputi : a) Kemudahan menjangkau lokasi PT. Noorabika b) Kecukupan tempat parkir yang tersedia c) Desain kantor d) Kondisi ruang manasik e) Kondisi peralatan f) Kesesuaian jadwal selama umrah dengan yang ditawarkan g) Layanan airport handling di Jeddah h) Kesesuaian hotel selama tinggal di Makkah i) Kualitas makanan selama tinggal di Makkah j) Kecepatan respon karyawan terhadap kebutuhan Jemaah k) Cepat dan Tanggap karyawan dalam menghadapi keluhan Jemaah l) Kecepatan pembimbing ibadah dalam menanggapi pertanyaan Jemaah
3. Rekomendasi perbaikan berdasarkan pada hasil penelitian ini guna meningkatkan kepuasan jemaah dengan memberikan prioritas kepada indikator yang menurut jemaah memiliki tingkat kepentingan tinggi namun penilaian Jemaah terhadap kinerja perusahaan masih rendah seperti : 1) Kerapihan

penampilan karyawan 2) Kondisi transportasi (bus) dari Bandung ke bandara Soekarno Hatta 3) Perusahaan berusaha menampung aspirasi dari Jemaah.

- Saran
1. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pihak perusahaan seharusnya lebih memfokuskan perhatiannya pada indikator yang mempunyai ranking prioritas tinggi seperti indikator erusahaan berusaha menampung aspirasi dari Jemaah dan kesabaran pembimbing ibadah terhadap Jemaah.
 2. Dalam penelitian tentang kualitas pelayanan ini hanya dilakukan dengan integrasi metode SERVQUAL dan FUZZY, untuk lebih lanjutnya mungkin dapat dilakukan dengan kombinasi metode yang lain seperti dengan QFD dan TQM, atau KANO.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Harto, Budi. "Analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy servqual dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan (studi kasus di bengkel resmi bajaj padang)." *Jurnal TeknoIf 3.1* (2015).
- [2] Sutinah, Entin, and Odilia Rosdiana Simamora. "Metode Fuzzy Servqual Dalam Mengukur Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Layanan BPJS Kesehatan." *Jurnal Informatika 5.1* (2018): 90-101.
- [3] Saelan, Athia. "Logika Fuzzy." Makalah IF2091 Struktur Diskrit Tahun (2009).
- [4] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998), SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
- [5] J. Supranto, 1997. *Pengukuran Kepuasan Tingkat Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [6] Turnip, Hariady, Marihat Situmorang, and Rosman Siregar. "Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Fuzzy Service Quality (Studi Kasus di Jurusan Matematika Fmipa Usu)." *Saintia Matematika 2.2* (2014): 163-171.
- [7] Ginting, G. P. S. (2018). Penerapan Metode Fuzzy Service Quality untuk Melihat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.
- [8] Hermawan, W., Hakim, D. B., & Hutagaol, M. P. (2016). Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan dalam Pendaftaran Tanah Pertama kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(1), 65-75.
- [9] Nurdianto, Dodik Fredo. *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Fuzzy Dan Metode Service Quality Pada Pusat Perbelanjaan Assalaam Hypermarket*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008.
- [10] Kusumadewi, S. (2002). *Analisis Desain Sistem Fuzzy Menggunakan Tool Box Matlab*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [11] Djunaidi, M., Setiawan, E., & Hariyanto, T. (2006). Analisis kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy service quality dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(3), 139-146
- [12] Ginting, G. P. S. (2018). Penerapan Metode Fuzzy Service Quality untuk Melihat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan PT. Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden
- [13] Kalebos, F. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

wisatawan yang berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 4(3).