

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel Bandung. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kualitas pelanggan pada Eltura Travel, mengetahui kepuasan pelanggan Eltura Travel serta pengaruh signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan usaha jasa penyelenggara umroh eltura travel Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan *metode simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 91 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dengan analisis regresi sederhana maka variabel kualitas pelayanan dapat diinterpretasikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai konstanta bertanda positif sebesar 31,270, yang menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan tidak ada perubahan atau sama dengan 0 maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 31,270. Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,396. Hal ini berarti apabila nilai kualitas pelayanan (X) meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,396.

Kesimpulan penelitian ini adalah diketahui bahwa untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 10,299, lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,987 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,299 > 1,987$). Ini berarti terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan Usaha jasa penyelenggara Umroh Eltura Travel Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of service quality on customer satisfaction of the Umrah Eltura Travel service provider business in Bandung. The purpose of this study was to determine the quality of customers at Eltura Travel, to determine customer satisfaction at Eltura Travel and the significant influence of service quality on customer satisfaction in the Umrah Eltura Travel service business in Bandung.

This research uses quantitative associative research methods. By taking samples using simple random sampling method. With the number of respondents as many as 91 people. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and hypothesis testing.

Based on the results of hypothesis testing, with simple regression analysis, the service quality variable can be interpreted as having an effect on customer satisfaction, with a positive constant value of 31.270, which indicates that if the service quality variable does not change or equals 0 then customer satisfaction increases by 31.270. The service quality variable has a positive regression coefficient of 0.396, this means that the value of service quality (X) increases customer satisfaction by 0.396.

The conclusion of this study is that it is known that the quality of service on customer satisfaction has a tcount of 10.299, greater than t-table of 1.987 ($t_{count} > t_{table}$ or $10.299 > 1.987$). This means that there is an influence between the quality of service (X) on customer satisfaction. Business services providers for Umrah Eltura Travel Bandung.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction.*