

ABSTRAK

Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Dwidaya Tour Bali Tuban untuk meningkatkan kualitas dalam layanan sehingga tercipta pelanggan yang loyal. Serta dilakukan analisis mengenai penerapan SOP (*Standard Operational Procedures*) perusahaan di Dwidaya Tour Bali Tuban. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara terstruktur kepada pihak terkait di Dwidaya Tour Bali Tuban, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku maupun sumber lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, penerapan SOP di Dwidaya Tour Bali Tuban sudah diterapkan cukup baik. Namun ada beberapa langkah dalam SOP yang tidak dilakukan dengan baik oleh *Travel Consultant* seperti menyambut tamu dan berpenampilan dalam melayani pelanggan. Terdapat beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas layanan yang dilakukan oleh Dwidaya Tour Bali Tuban, diantaranya yaitu: merekrut SDM yang memiliki skill di bidang *Travel Consultant*, membuat laman Dwidaya Tour, memberikan informasi di berbagai media, *follow up* pelanggan dan memberi diskon kepada pelanggan. Dari strategi tersebut terbukti dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas, Pelanggan, Dimensi Kualitas, Dwidaya Tour

ABSTRACT

Quality of service is an effort to fulfill the needs and needs of consumers and the accuracy of delivery in offsetting consumer expectations. This study aims to understand the strategy made by Dwidaya Tour Bali Tuban to improve the quality of services so that loyal customers are created. As well as an analysis of the implementation of the SOP (Standard Operating Procedure) company at Dwidaya Tour Bali Tuban. This type of research is descriptive qualitative with the method of participant observation, interviews and documentation. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data was collected through observation and interviews with related parties in Dwidaya Tour Bali Tuban, while secondary data was obtained from books or other sources. The SOP at Dwidaya Tour Bali Tuban has been implemented quite well. However, there are a number of steps in the SOP that are not done well by Travel Consultants such as welcoming guests and appearing in serving customers. Obtained from several companies to improve the quality of services carried out by Dwidaya Tour Bali Tuban, which includes: recruiting HR who have expertise in the field of Travel Consultants, creating Dwidaya Tour pages, providing information in various media, following up customers and giving discounts to customers. From these efforts it is proven to be able to create customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Loyalty, Customer, Quality Dimension, Dwidaya Tour*