

ABSTRACT

This research aims to understand about the influences of services quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible for tourist satisfaction as GarudaMiles membership. The research is done by analyzing the service quality and explaining the causes why tourist are satisfied.

The analysis of these study is done by taking a population from passengers of Garuda Indonesia Airline. The quantity of the sample taken is 100 person and the sample determination technique which is used in non-probability sampling with purposive sampling approach. Purposive sampling is a sample determination technique based on the importance of researcher and their criteria were determined before. The passengers as GarudaMiles membership and have traveled were selected.

Based on the result of statistical processing data using descriptive analyzing technique, it can be concluded that the service quality of the company is in the category are satisfied. It is proved that the average of satisfaction is 3,13 from five services dimension. The factors attributes of services that are owned every dimension cause on tourist satisfaction.

Keywords : services quality, tourist satisfaction, GarudaMiles

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi seperti kehandalan (*reliability*), cepat dan tanggap (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan wujud (*tangible*) terhadap kepuasan wisatawan anggota GarudaMiles. Penelitian dilakukan dengan menganalisis kualitas pelayanan dan menjelaskan faktor penyebab kepuasan wisatawan.

Analisis terhadap kepuasan tersebut dilakukan dengan mengambil populasi yaitu penumpang Garuda Indonesia. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Purposif merupakan teknik penentuan sampel yang didasari oleh kepentingan peneliti dan kriterianya sudah ditentukan sebelumnya. Penumpang yang menjadi anggota GarudaMiles dan melakukan perjalanan wisata merupakan sampel yang dipilih.

Berdasarkan hasil pengolahan data statistik dengan menggunakan teknik deskriptif analitik diperoleh kesimpulan bahwa kategori kualitas pelayanan berada pada posisi puas. Dengan rata-rata nilai kepuasan 3,13 dari lima dimensi pelayanan. Faktor atribut jasa pelayanan yang dimiliki masing-masing dimensi menjadi penyebab atas kepuasan wisatawan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, GarudaMiles