

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengenai perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini yang mengalami perkembangan dengan cepat dan pesat, hal tersebut juga berdampak terhadap perusahaan atau para pelaku usaha. Para pelaku usaha penyedia layanan jasa transportasi yang mengharuskan perusahaan meningkatkan keunggulan perusahaan, promosi yang berkualitas, harga yang reliabel dan juga kualitas pelayanan yang terjamin yang dapat untuk menarik minat masyarakat luas. Sektor transportasi merupakan salah satu peranan penting dikarenakan dapat memudahkan masyarakat luas untuk menjangkau dari satu tempat ke tempat lainnya.

Kemajuan perekonomian mendorong terhadap pertumbuhan pada sektor jasa yang semakin mengalami perkembangan dengan cepat dan pesat, hal tersebut berpengaruh terhadap banyaknya peluang bisnis yang bermunculan, terutama pada sektor transportasi atau penyedia layanan jasa, hal tersebut mampu mendorong para perusahaan penyedia layanan jasa dapat meningkatkan mengenai promosi yang tepat dan menarik, harga yang terjangkau, dan kualitas pelayanan yang baik maka mampu menarik minat para masyarakat luas.

Transportasi merupakan alat yang dibutuhkan oleh para masyarakat untuk dapat menjangkau tempat tujuan dengan cepat dan mudah, dengan

disertakan terhadap kemajuan perekonomian global hal ini dapat menjadi salah satu faktor pendorong untuk membangun bisnis atau usaha pada sektor jasa. Dengan adanya persaingan antar pelaku usaha atau perusahaan layanan jasa menjadikan perusahaan harus mempunyai ciri, keunggulan dan karakteristik yang menjadi daya tersendiri untuk perusahaan mampu mempertahankan para konsumen. Salah satu aspek yang harus di perhatikan oleh perusahaan jasa bukan hanya kepentingan perusahaan melainkan juga harus memperhatikan kepentingan dan tingkat kepuasan pada pihak konsumen yang dijadikan salah satu fokus utama dan aspek penting yang dijadikan aspek penilaian oleh para konsumen terhadap perusahaan penyedia layanan jasa.

Transportasi mempunyai keterakitan terhadap aspek kehidupan dan perekonomian, pada aspek kehidupan manusia transportasi menjadi alat pengantar menuju tujuan yang ingin di tuju oleh para masyarakat. Transportasi menjadi peranan penting bagi kehidupan manusia, hal ini dapat dilihat pada masa dahulu sampai pada masa sekarang alat transportai yang digunakan oleh masyarakat bertambah baik dan maju, hal tersebut juga dapat disebabkan ketika terdapat pertambahan jumlah penduduk yang meningkat dan disertai kebutuhan serta permintaan masyarakat atau konsumen atas layanan jasa meningkat dimanfaatkan dengan dijadikan sebuah peluang bisnis atau usaha oleh para pelaku usaha untuk dapat menambah keuntungan perusahaan dan dapat memenuhi permintaan para konsumen atas layanan jasa.

Pada aspek perekonomian, transportasi memiliki dampak yang besar dengan diirngi oleh berkembangnya tingkat perekonomian dan bertambahnya

terhadap tingkat permintaan konsumen atas kebutuhan layanan jasa transportasi menjadikan banyak perusahaan transportasi yang beroperasi dan menawarkan produk atau layanan jasa yang dimiliki. Sesuai dengan berkembangnya teknologi, informasi dan perekonomian menjadikan para masyarakat teliti dan jeli dalam menentukan pilihannya terhadap produk atau layanan jasa yang akan digunakan, hal tersebut juga mendorong para perusahaan layanan jasa memberikan harga dan kualitas pelayanan yang berkualitas.

Salah satu bisnis jasa transportasi adalah usaha travel, dengan semakin banyak usaha travel maka terjadi persaingan bisnis antar pelaku usaha travel untuk dapat menarik para konsumen, dimana pada era sekarang semakin bertambahnya penyedia layanan jasa online seperti Grab dan sebagainya. Dengan kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan konsumen, dengan disertai promosi yang tepat, harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik dan terjamin maka dapat dijadikan sebagai strategi untuk mempertahankan para konsumen.

Aspek yang menjadi daya tarik para konsumen salah satunya adalah promosi. Promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan atau pelaku usaha dengan tujuan dapat memperkenalkan mengenai produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan. Pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi awal yang dilakukan oleh perusahaan agar tersampaikan kepada masyarakat, promosi yang tepat dilakukan dengan komunikasi yang sesuai dan relevan.

Komunikasi Promosi yaitu aktivitas pada pemasaran yang berusaha untuk melakukan penyebaran terhadap informasi, membujuk para masyarakat atau

konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang sedang di tawarkan oleh perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menggunakan media cetak dan media elektronik yang dimana pada masing-masing macam media promosi tersebut terdapat keunggulan dan kekurangan masing-masing.¹ Dengan persaingan yang dilakukan oleh setiap perusahaan, ketika perusahaan mempunyai dasar orientasi promosi yang dibentuk dengan baik dengan para masyarakat atau konsumen maka perusahaan dapat memenangkan persaingan.²

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan setelah promosi dalam usaha layanan jasa adalah mengenai harga. Harga dalam usaha layanan jasa harus selalu diperhatikan terutama yang berkaitan langsung dengan apa yang dirasakan oleh para konsumen, karena ketika harga yang terjangkau dan reliabel hal tersebut juga menjadi pemicu para konsumen untuk menggunakan layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan layanan jasa. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk atau layanan jasa dari perusahaan.³ Para perusahaan juga memperhatikan mengenai penentuan harga yang ditetapkan kepada masing-masing produk atau layanan jasa yang dipasarkan. Pada penetapan harga juga sangat penting dijadikan sebagai pandangan para konsumen terhadap produk atau layanan jasa yang dipasarkan, harga yang relatif terjangkau dengan kualitas yang diberikan perusahaan terjamin maka itu akan menjadi bahan pertimbangan bagi para konsumen.

¹Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press Ub Press, 2011), Hal. 127-135

²M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019). Hal. 37

³Yuda Supriatna, Yoga Adiyanto & Deni Sunaryo, *Induksi Manajemen Pemasaran*, (Pasuruan:Qiara Media, 2019). Hal. 35

Harga juga menjadi salah satu faktor penting bagi para konsumen memutuskan pembelian pada suatu produk atau layanan jasa, dimana para konsumen akan melakukan perbandingan harga dengan produk atau layanan jasa yang sama dari beberapa agen lain yang artinya penetapan harga juga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut menjadikan perusahaan untuk melakukan riset pasar mengenai penetapan harga untuk produk atau jasa yang akan dijual.

Setiap perusahaan akan berusaha memberikan pelayanan yang baik dengan kualitas fasilitas yang memadai bagi para konsumen agar mereka merasa puas terhadap layanan jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat terhadap tingkat kepuasan konsumen, dimana ketika kualitas yang diberikan oleh perusahaan mampu memberikan kenyamanan, kepuasan tersendiri maka hal tersebut berdampak terhadap kepuasan konsumen yang dimiliki oleh setiap konsumen terpenuhi. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka hal tersebut juga memberikan penilaian yang baik yang diberikan konsumen kepada pihak perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting setelah promosi dan harga untuk mengetahui terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hasil dari perbandingan kinerja dan harapan para konsumen atas layanan jasa yang diberikan, ketika kualitas yang diberikan sesuai maka harapan terhadap kepuasan konsumen akan terpenuhi.⁴ Kualitas dapat dimulai dari kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan persepsi konsumen, hal ini dapat

⁴ Usmara, *Strategi Baru Manajemen Perusahaan*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), Hal. 231

diartikan bahwa citra kualitas yang baik yang diberikan oleh perusahaan bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia layanan jasa tetapi penilaian secara menyeluruh atas keunggulan suatu jasa yang diberikan perusahaan.

Kualitas di artikan sebagai sebuah kalimat bagi perusahaan penyedia layanan jasa dijadikan sebagai pondasi utama terhadap sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas dijadikan sebagai sifat dari penampilan hasil kinerja perusahaan yang merupakan bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan dan keuntungan untuk dapat berkembang dalam mendapatkan keuntungan perusahaan. Keunggulan mengenai suatu produk layanan jasa adalah tergantung dengan bagaimana keunikan serta kualitas pelayanan yang dapat diperhatikan oleh jasa tersebut yang dapat ditinjau dari para konsumen atau penikmat para layanan jasa sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Dalam suatu proses keputusan yang dilakukan oleh para konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja, konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap layanan jasa yang telah diberikan, mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan mendorong konsumen untuk memakai ulang layanan jasa tersebut. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, dimana kualitas menjadi salah satu faktor pendorong bagi konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam waktu jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan

seksama mengenai harapan konsumen serta kebutuhan konsumen terhadap layanan jasa.

Beberapa faktor di atas merupakan faktor yang berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen. Ketika semua sesuai dengan harapan konsumen, maka akan dipastikan kepuasan konsumen akan terpenuhi. Jika kepuasan konsumen sudah di dapatkan, tidak diragukan lagi para konsumen akan melakukan transaksi atas produk atau layanan jasa yang tersedia yang diberikan suatu unit usaha secara berkelanjutan.

Nuklik Tour&Travel merupakan salah satu perusahaan jasa sewa travel yang terletak di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung yang berdiri sejak Tahun 2018. Pada masa persaingan ketat antar usaha travel Nuklik Tour&Travel mampu bertahan ditengah gejolak persaingan. Dengan banyak persaingan tidak menurunkan semangat pemilik usaha jasa untuk menyerah dengan bisnis travel yang dijalankan tersebut. Nuklik Tour&Travel merupakan perusahaan yang menyediakan penyewaan di bidang jasa untuk berbagai hal, misalnya paket wisata, paket ziarah wali, travel antar jemput bandara dan pelabuhan, sewa mobil, carter segala jurusan. Tidak hanya itu saja Nuklik Tour&Travel adalah agen travel yang juga menyediakan jasa pelayanan reservasi tiket pesawat secara online dan offline dengan beberapa maskapai penting seperti : Air Asia, Lion Air, Citilink, Batik Air, Sriwijaya Air. Selain menyediakan tiket pesawat Nuklik Tour&Travel juga menyediakan jasa pelayanan tiket Kapal Laut PELNI seperti Gunung Dempo, Bukit Raya, Binaiya, Leuser, dan juga Nuklik Tour&Travel menyediakan tiket antar Bus Jawa-Bali. Karakteristik yang dimiliki oleh Nuklik Tour&Travel

dapat memberikan informasi yang jelas mengenai hal yang menjadi pertanyaan bagi para konsumen, pihak penyedia layanan jasa memberikan informasi detail mengenai seperti keberangkatan pesawat dan sampai pesawat dengan tujuan yang dituju oleh konsumen, dan sebagainya.

Dibalik itu, pengguna layanan jasa Nuklik Tour&Travel tidak merta mengalami peningkatan, seperti halnya pada Bulan Juni 2020-Desember 2020 jumlah konsumen yang dimiliki oleh Nuklik Tour&Travel sebanyak 738 orang, lalu pada awal tahun 2021 pada bulan Januari-April mengalami jumlah penurunan konsumen menjadi 382 konsumen. Hal ini menjadi sebuah tugas yang penting bagi pihak perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan dalam minat masyarakat untuk menggunakan layanan jasa travel oleh Nuklik Tour&Travel. Sesuai dengan penurunan jumlah konsumen pada Nuklik Tour&Travel, pihak penyedia layanan jasa memberikan promosi yang menarik di media cetak maupun media elektronik bertujuan untuk menarik minat konsumen kembali menggunakan layanan jasa tersebut, dengan memperhatikan strategi yang benar dan tepat. Seperti data dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Data Penumpang Nuklik Tour & Travel Tahun 2020

Tahun	Bulan	Jumlah Penumpang
2020	Juni	6 orang
2020	Juli	3 orang
2020	Agustus	97 orang
2020	September	126 orang
2020	Oktober	158 orang
2020	November	172 orang
2020	Desember	176 orang
Total		738 orang

Sumber : data konsumen Nuklik Tour & Travel Kecamatan Kalidawir-Kabupaten Tulungagung

Tabel 1.2
Jumlah Data Penumpang Nuklik Tour & Travel Tahun 2020

Tahun	Bulan	Jumlah Penumpang
2021	Januari	98 orang
2021	Februari	103 orang
2021	Maret	93 orang
2021	April	88 orang
Total		382 orang

Sumber : data konsumen Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir-Kabupaten Tulungagung

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa pada tahun 2020 Nuklik Tour&Travel mampu menarik konsumen sebanyak 738 orang dari bulan Juni sampai dengan bulan Desember, namun pada Tahun 2021 dimulai di bulan Januari sampai dengan bulan April mengalami penurunan yang cukup besar dikarenakan terdapat kondisi pandemi akibat kasus Covid-19 hal tersebut juga berdampak pada sektor perusahaan layanan jasa yang di mana perusahaan tidak dapat beroperasi seperti biasanya. Hal tersebut menjadikan pihak perusahaan harus mempunyai strategi untuk dapat meningkatkan kembali pendapatan perusahaan dan memikat para konsumen untuk menggunakan layanan jasa perusahaan Nuklik Tour&Travel kembali. Perusahaan layanan jasa dapat melakukan berbagai usaha dalam peningkatan strategi untuk meningkatkan kembali jumlah konsumen pada perusahaan layanan jasa dengan seperti meningkatkan promosi melalui media cetak maupun elektronik, mengenai harga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

Melihat latar belakang yang ditulis diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan meneliti dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan

Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)”

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung). Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu sebagai berikut :

1. Strategi Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung untuk mendapatkan konsumen
2. Besarnya Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir-Kabupaten Tulungagung).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)?

2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour& Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour& Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)?
4. Apakah Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat Kepuasan konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh Promosi terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung).
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh Harga terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung).
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel

(Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung).

4. Untuk menguji signifikansi pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung).

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku perilaku konsumen, khususnya pada tingkat kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pihak Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan penyedia layanan jasa dalam mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam penggunaan layanan jasa Travel Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi terhadap tingkat Kepuasan Konsumen. Ruang lingkup dari penelitian ini adalah Nuklik Tour&Travel yang terletak di Desa Kalidawir, Kabupaten Tulungagung dan Konsumen Nuklik Tour&Travel sebagai objek penelitiannya. Dengan hal itu, konsumen akan menjadi sumber responden dalam penelitian ini. Dan untuk batasan penelitiannya antara lain :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen (Y) Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung terdiri dari Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).
2. Untuk mencari pengaruh dari Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap tingkat Kepuasan Konsumen (Y) Nuklik Tour & Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, serta teori-teori supaya peneliti dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah dapat diteliti. Untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda maka dalam penulisan peneliti menggunakan istilah sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

- a. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.
- b. **Promosi** adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan yang bertujuan memperkenalkan suatu barang atau jasa agar konsumen dapat menikmati barang atau jasa tersebut.⁵
- c. **Harga** adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang bisa diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.
- d. **Kualitas Pelayanan** adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.
- e. **Tingkat** adalah suatu penilaian terhadap sesuatu dengan penilaian berupa taraf maupun angka.
- f. **Kepuasan Konsumen** adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.
- g. **Layanan Jasa** adalah pelayanan yang tidak menghasilkan benda atau barang dan sifatnya memenuhi keinginan konsumen.

⁵ Muh. Nur Eli Ibrahim, *Akutansi Dan Keuangan Lembaga*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset : 2021), Hal. 65.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu unsur yang digunakan oleh seseorang peneliti untuk dapat mengukur variabel. Definisi operasional pada penelitian ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Layanan Jasa Travel (Studi Pada Nuklik Tour&Travel Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)”. Membahas mengenai bagaimana Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Travel Nuklik Tour&Travel yang berada di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Promosi dalam penelitian ini sebuah hal atau indikator yang penting yang menjadi penunjang utama terhadap kepuasan konsumen, dimana promosi yang menarik dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap jasa travel Nuklik Tour&Travel tersebut. Harga, merupakan hal yang penting yang menjadi indikator penghubung antara produsen dan konsumen dalam menjalankan kegiatan berbisnis, dimana harga juga menjadi faktor utama yang menjadi dasar pilihan oleh seorang konsumen dan menjadi patokan mengenai kualitas pelayanan yang mampu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa travel Nuklik Tour&Travel. Sedangkan kualitas pelayanan menjadi penilaian penting yang menjadi penilaian oleh konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan perusahaan bagus maka tingkat kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan. Dengan demikian promosi, harga, dan kualitas pelayanan saling berkesinambungan dalam menciptakan kepuasan konsumen terhadap jasa yang sedang di pasarkan.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini tentang keseluruhan pembahasan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian penutup dari penelitian. Guna untuk menyusun skripsi disajikan sistematik penelitian sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan latar belakang masalah yang berkaitan dengan fenomena-fenomena sesuai dengan judul penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, identifikasi penelitian, kegunaan atau manfaat hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi Kajian Pustaka yang akan dipaparkan yakni terdiri dari: Teori variable yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya (jika ada), kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampling, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian. Instrument ini digunakan untuk menggali data-data di lapangan. Sehingga bisa mendapatkan data yang akan di olah pada bab selanjutnya.

BAB IV. HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan menguraikan secara detail data atau hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Lebih detail lagi pemaparan data tersebut selanjutnya akan di baca dengan sintesis antara teori dan data di bab

BAB V. PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Dengan sistematika pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan pada bab I. serta dalam bab V mendeskripsikan dan membaca data dengan prespektif teori yang disuguhkan pada bab II.

BAB VI. PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran peneliti yang dilakukan berdasarkan analisi data dan temuan di lapangan. Pada bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.