

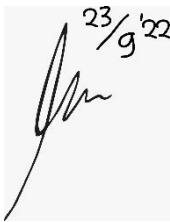
ANALISIS KUALITAS LAYANAN JASA PARIWISATA PADA CV INDRA JAYA NGAWI

Eddyka Rafles

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan jasa pariwisata pada CV Indra Jaya Ngawi. Kualitas layanan memiliki 5 dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 46 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan *arithmetic mean*. Dari hasil analisis *arithmetic mean* dimensi *reliability* hasil rata-rata sebesar 2,33 yang berarti tidak setuju, artinya konsumen tidak setuju atas layanan yang diberikan perusahaan, dimensi *responsiveness* memperoleh hasil rata-rata sebesar 2,00 yang berarti tidak setuju, artinya konsumen tidak setuju atas respon yang diberikan perusahaan, dimensi *assurance* memperoleh hasil rata-rata sebesar 2,77 yang berarti setuju, artinya konsumen setuju atas jaminan yang diberikan perusahaan, dimensi *empathy* hasil rata-rata sebesar 2,6 yang berarti setuju, artinya konsumen setuju atas kepedulian perusahaan kepada konsumen dan dimensi *tangibles* memperoleh hasil rata-rata sebesar 2,37 yang berarti tidak setuju, artinya konsumen tidak setuju atas bukti fisik yang diberikan karyawan.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Jasa*



23/9'22

ANALYSIS OF THE QUALITY OF TOURISM SERVICES AT CV INDRA JAYA NGAWI

Eddyka Rafles

Abstract

This study aims to analyze the quality of tourism services at CV Indra Jaya Ngawi. Service quality has 5 dimensions, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles. The sample in this study amounted to 46 respondents. Data analysis in this study used validity, reliability, and arithmetic mean tests. From the results of arithmetic analysis, the mean reliability dimension of the average result is 2.33 which means disagree, meaning that consumers do not agree with the services provided by the company, the responsiveness dimension gets an average result of 2.00 which means disagree, meaning that consumers do not agree. for the company's response. The assurance dimension obtained an average result of 2.77, which means agree, meaning that the consumer agrees with the guarantee provided by the company. The empathy dimension has an average result of 2.6 which means agree, meaning that consumers agree on the company's concern for consumers and the tangibles dimension gets an average result of 2.37 which means disagree, meaning that consumers do not agree with the physical evidence provided by employees.

Keywords: *Service Quality, Service*