

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tour leader dan harga paket wisata terhadap kepuasan pelanggan pada PT Marogan Tour and Travel Palembang. Latar belakang penelitian didasari oleh meningkatnya jumlah pelanggan biro perjalanan tersebut selama tiga tahun terakhir, yang menunjukkan potensi pengaruh dari aspek pelayanan dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang merupakan pelanggan PT Marogan Tour and Travel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, serta uji t dan uji F untuk menguji hipotesis secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tour leader dan harga paket wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut juga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan oleh tour leader dan strategi penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan menyusun strategi harga yang lebih kompetitif demi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Paket Wisata, Kepuasan Pelanggan, PT Marogan Tour and Travel

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of tour leader service quality and tour package pricing on customer satisfaction at PT Marogan Tour and Travel Palembang. The research background is based on the increasing number of customers of the travel agency over the past three years, indicating the potential influence of service and pricing on customer satisfaction. This study used a quantitative approach with a survey method, distributing questionnaires to 99 respondents, who were customers of PT Marogan Tour and Travel. Data analysis techniques used were multiple linear regression, along with t-tests and F-tests to test the hypotheses partially and simultaneously. The results showed that partially, tour leader service quality and tour package pricing had a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, these two independent variables also had a significant effect on customer satisfaction. This demonstrates that improving service quality by tour leaders and appropriate pricing strategies can enhance customer satisfaction. This research is expected to provide input for companies in improving service quality and developing more competitive pricing strategies to maintain and enhance customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Price Tour Packages, Customer Satisfaction, PT Marogan Tour and Travel*