P-ISSN : 2580-4308
E-ISSN : 2654-8046 DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2

# Penerapan Metode Servqual Dan Matriks *House Of Quality* (HOQ) Untuk Optimalisasi Kinerja Pelayanan Biro Perjalanan Wisata Di PT. Citra Selatan *Tours* Cianjur

[1]Muhamad Alpian, [2]Iman Nurjaman, ST.,MT
[1]Teknik Industri, Universitas Suryakancana, Cianjur
[2]Teknik Industri, Universitas Suryakancana, Cianjur

E-mail: [1]malfiann24@gmail.com, [2]imannurjaman@unsur.ac.id

## ABSTRAK

Persaingan dalam industri jasa pariwisata menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan. PT. Citra Selatan *Tours* sebagai biro perjalanan wisata di Cianjur masih menghadapi beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan, khususnya pada aspek jaminan keamanan, kompetensi pengemudi, dan kenyamanan layanan. Kerja Praktik ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan serta menentukan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Metode yang digunakan adalah integrasi *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Quality Function Deployment* (QFD) melalui matriks *House of Quality* (HOQ). Data diperoleh dari 100 *responden* pelanggan melalui kuesioner yang mengukur persepsi dan harapan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangible, reliability, responssiveness, assurance*, dan *empathy*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji kecukupan sampel, serta analisis kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan memiliki nilai gap negatif, yang menandakan bahwa kualitas pelayanan PT. Citra Selatan *Tours* belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Dimensi *assurance* menjadi aspek dengan kesenjangan terbesar, terutama terkait kompetensi pengemudi dan jaminan keamanan perjalanan. Berdasarkan hasil matriks HOQ, prioritas perbaikan difokuskan pada peningkatan profesionalisme pengemudi dan tim operasional untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

*Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, HOQ, PT. Citra Selatan Tours*.

## *ABSTRAK*

*Competition in the tourism service industry requires companies to continuously improve service quality in order to meet customer expectations.* PT. Citra Selatan *Tours, a travel agency located in* Cianjur*, still faces several issues related to service quality, particularly in terms of safety assurance, driver competence, and service comfort. This internship aims to analyze the service quality provided by* PT. Citra Selatan *Tours and to determine priority improvements that should be implemented by the company. The method used in this study is an integration of Service Quality (SERVQUAL) and Quality Function Deployment (QFD) through the House of Quality (HOQ) matrix. Data were collected from 100 customers using questionnaires measuring perceptions and expectations based on five SERVQUAL dimensions: tangible, reliability, responssiveness, assurance, and empathy. The data were analyzed using validity and reliability tests, sampling adequacy tests, and gap analysis between customer perceptions and expectations. Based on the HOQ analysis, the main improvement priority is focused on enhancing the professionalism of drivers and operational staff to improve overall service quality.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, HOQ,* PT. Citra Selatan *Tours.*

P-ISSN : 2580-4308
DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2 E-ISSN : 2654-8046

## 1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan jasa, terutama pada industri pariwisata. Pelayanan yang baik mampu menciptakan kepuasan pelanggan sehingga berdampak terhadap loyalitas pelanggan dan peningkatan daya saing perusahaan. Dalam industri pariwisata, pelanggan tidak hanya menilai destinasi wisata, tetapi juga menilai keseluruhan pengalaman perjalanan seperti kenyamanan transportasi, ketepatan jadwal, keamanan, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang diberikan [1].

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Barat yang mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2024 sebesar 11,87% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan tersebut menunjukkan adanya indikasi permasalahan pada kualitas pelayanan sektor pariwisata. Kondisi tersebut juga diperkuat dengan rendahnya tingkat okupansi hotel pada akhir tahun 2024 [2].

PT. Citra Selatan Tours merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata domestik. Perusahaan menyediakan berbagai layanan perjalanan wisata serta bekerja sama dengan perusahaan transportasi, hotel, rumah makan, dan objek wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan Customer Relationship Coordinator PT. Citra Selatan Tours, masih terdapat berbagai keluhan pelanggan terkait keterlambatan jadwal keberangkatan, fasilitas transportasi yang kurang nyaman, kurang responsifnya tour guide, serta ketidaksesuaian paket wisata dengan pelayanan yang diterima [3].

Berdasarkan data *Customer Relationship Center* tahun 2024, jumlah pelanggan PT. Citra Selatan Tours mencapai 12.670 pelanggan dengan jumlah pelanggan yang menyampaikan ketidakpuasan sebanyak 1.611 pelanggan atau sebesar 12,72%. Persentase tersebut melebihi standar perusahaan yang menetapkan tingkat ketidakpuasan maksimal sebesar 10%. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan [4].

Untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan *House of Quality* (HOQ). Metode SERVQUAL digunakan untuk mengetahui tingkat kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Selanjutnya metode House of Quality (HOQ) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan [5].

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam industri jasa pariwisata, kualitas pelayanan menjadi faktor penting karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir perjalanan wisata, tetapi juga menilai kenyamanan, keamanan, ketepatan waktu, keramahan pelayanan, serta fasilitas yang diberikan selama perjalanan berlangsung [6].

### 2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan pelayanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan apabila pelayanan yang diterima sesuai [7].

### 2.3 Metode *Service Quality* (SERVQUAL)

Metode *Service Quality* (SERVQUAL) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang

P-ISSN : 2580-4308
E-ISSN : 2654-8046 DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2

diinginkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui atribut pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pelayanan secara tepat [8].

**2.4 Dimensi SERVQUAL**

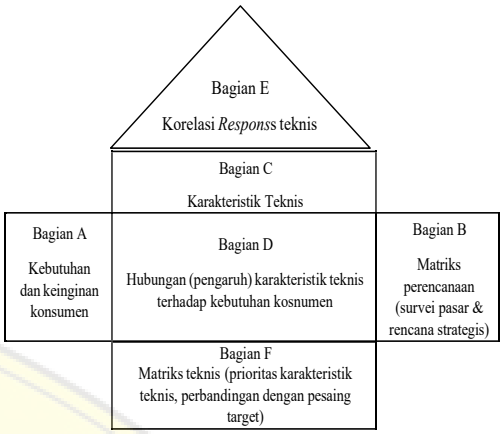
Metode SERVQUAL memiliki lima dimensi utama dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy*. Dimensi tangible berkaitan dengan fasilitas fisik dan penampilan perusahaan, *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten, *responsiveness* berkaitan dengan kecepatan dan ketanggapan pelayanan, assurance berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan, sedangkan *empathy* berkaitan dengan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan. [9].

**2.5 *Quality Function Deployment* (QFD)**

*Quality Function Deployment* (QFD) merupakan metode yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam respon teknis perusahaan. Metode ini membantu perusahaan menentukan prioritas perbaikan pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut (Lestari dkk. 2020), QFD digunakan untuk memastikan bahwa perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, metode QFD digunakan untuk menentukan strategi peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan hasil analisis SERVQUAL [10].

**2.6 *House of Quality* (HOQ)**

*House of Quality* (HOQ) adalah suatu kerangka kerja atas pendekatan dalam mendesain manajemen yang di kenal sebagai *Quality Function deployment* (QFD) (Lestari dkk., 2020a). HOQ memperlihatkan struktur untuk mendesain dan membentuk siklus dan bentuknya menyerupai rumah kunci. Dalam membangun HOQ adalah difokuskan pada kebutuhan konsumen sehingga proses desain dan pengembangannya lebih sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matriks HOQ adalah sebagai berikut [11].




Gambar 2.1 Model *House of Quality*

Adapun cara penyusunan *House of Quality* adalah sebagai berikut

a. Menentukan *Customer Needs* (*Whats*)
b. Menetukan Matriks *Technical Respons* (*Hows*)
*c.* Membuat Korelasi antara *Whats* dan *Hows*
*d.* Membuat Korelasi antar *Technical Responsse*
e. Menentukan *Planning Matrix*
f. Menentukan *Technical Matrix*

## 3. METODOLOGI

**3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Citra Selatan Tours. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian dilakukan dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan, kemudian data diolah secara statistik untuk mengetahui tingkat kesenjangan pelayanan berdasarkan metode SERVQUAL serta menentukan prioritas perbaikan menggunakan metode *House of Quality* (HOQ).

**3.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan pada PT. Citra Selatan Tours Cianjur yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata. Penelitian difokuskan pada pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan selama kegiatan wisata berlangsung, meliputi fasilitas transportasi, pelayanan tour guide, ketepatan jadwal

P-ISSN : 2580-4308
DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2 E-ISSN : 2654-8046

keberangkatan, serta penyampaian informasi perjalanan wisata.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi pelayanan secara langsung pada PT. Citra Selatan Tours. Wawancara dilakukan dengan pihak perusahaan untuk memperoleh informasi terkait permasalahan pelayanan dan data keluhan pelanggan. Sedangkan penyebaran kuesioner dilakukan kepada pelanggan PT. Citra Selatan Tours untuk mengetahui tingkat persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *House of Quality* (HOQ). Tahapan analisis dilakukan melalui beberapa langkah yaitu uji validitas, uji reliabilitas, perhitungan gap SERVQUAL, identifikasi kebutuhan pelanggan, serta penyusunan *House of Quality* untuk menentukan prioritas strategi peningkatan kualitas pelayanan.

Jika nilai gap bernilai negatif maka menunjukkan bahwa pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan, sedangkan jika bernilai positif maka pelayanan telah memenuhi harapan pelanggan.

Selanjutnya atribut pelayanan yang memiliki nilai gap negatif dijadikan sebagai customer needs pada House of Quality (HOQ). Melalui metode HOQ, perusahaan dapat menentukan technical response atau strategi teknis yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan.

## 4. HASIL PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

Nilai KMO digunakan untuk menilai kecukupan sampel dan kesesuaian data dalam membentuk pola korelasi, di mana data dinyatakan layak untuk dianalisis apabila nilai KMO lebih besar dari 0,6. Hasil pengujian menunjukkan nilai KMO sebesar 0,922, yang berada pada kategori sangat baik, sehingga data persepsi dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.1 Uji KMO Data Persepsi

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.* | | 0.922 |
| *Bartlett's Test of Sphericity* | *Approx. Chi-Square* | 1454.846 |
| | df | 105 |
| | Sig. | 0.000 |

### 4.2 Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini menggunakan *software SPSS v.25* untuk menguji Hasil pengujian validitas ini akan di bandingkan dengan nilai koefisien *pearso*n kritis yang di dapat dari tabel. Apabila nilai perhitungan lebih kecil dari nilai tabel maka perhitungan tidak valid. Nilai tabel dapat dilihat dengan sebelumnya di hitung derajat kebebasan di hitung dengan rumus : df= N-2 Jumlah derajat kebebasan pada penelitian ini yaitu : (df) = 100 - 2 = 98 Sehingga nilai r kritisnya (0.1966).

Tabel 4.2 Uji Validitas Harapan

| Variabel Pertanyaan | Korelasi | r tabel | keterangan |
|---|---|---|---|
| Q1 | 0.6290 | 0.1966 | *Valid* |
| Q2 | 0.7600 | 0.1966 | *Valid* |
| Q3 | 0.7640 | 0.1966 | *Valid* |
| Q4 | 0.8410 | 0.1966 | *Valid* |
| Q5 | 0.8170 | 0.1966 | *Valid* |
| Q6 | 0.7670 | 0.1966 | *Valid* |
| Q7 | 0.8720 | 0.1966 | *Valid* |
| Q8 | 0.8670 | 0.1966 | *Valid* |
| Q9 | 0.7780 | 0.1966 | *Valid* |
| Q10 | 0.8170 | 0.1966 | *Valid* |
| Q11 | 0.8700 | 0.1966 | *Valid* |
| Q12 | 0.8490 | 0.1966 | *Valid* |
| Q13 | 0.8300 | 0.1966 | *Valid* |
| Q14 | 0.4890 | 0.1966 | *Valid* |
| Q15 | 0.8180 | 0.1966 | *Valid* |

Dalam melakukan uji reliabilitas batas nilai koefisien reliabiltas yang diukur harus dipenuhi adalah 0,6. Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* harapan dan persepsi maka atribut-atribut kuesioner yang diuji dapat dikatakan reliabel karena memenuhi syarat batas nilai koefisien reliabilitas *(Cronbach Alpha)* yaitu 0.956 untuk nilai harapan dan 0.967 untuk nilai persepsi

P-ISSN : 2580-4308
E-ISSN : 2654-8046 DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Persepsi

| Reliability Statistics | |
|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.967 | 15 |

**4.3 Identifikasi Gap 5 (*Service Quality***

Analisis *Service quality* mengidentifikasi GAP 5 dari persepsi dan harapan *responden* terhadap pelayanan yang diberikan PT. Cstour. Identifikasi GAP 5 dilakukan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan *responden*. Berdasarkan rumus Persamaan dalam servqual (Simare-Mare dkk., 2025) P – H. P adalah persepsi dan H adalah harapan. Maka nilai Gap didapatkan dari nilai persepsi yang dikurangi ekspektasi (harapan).

Tabel 4.4 Nilai GAP 5 Persepsi dan Harapan

| Variabel | Persepsi | Harapan | Gap |
|---|---|---|---|
| Q1 | 4.39 | 4.57 | -0.18 |
| Q2 | 4.20 | 4.41 | -0.21 |
| Q3 | 4.10 | 4.30 | -0.20 |
| Q4 | 4.11 | 4.31 | -0.20 |
| Q5 | 4.15 | 4.34 | -0.19 |
| Q6 | 4.11 | 4.29 | -0.18 |
| Q7 | 4.18 | 4.38 | -0.20 |
| Q8 | 4.12 | 4.32 | -0.20 |
| Q9 | 4.09 | 4.28 | -0.19 |
| Q10 | 4.17 | 4.38 | -0.21 |
| Q11 | 4.09 | 4.29 | -0.20 |
| Q12 | 4.09 | 4.30 | -0.21 |
| Q13 | 4.13 | 4.29 | -0.16 |
| Q14 | 4.20 | 4.41 | -0.21 |
| Q15 | 4.16 | 4.31 | -0.15 |

**4.3 Analisis Tingkat kepentingan**

Setelah nilai kesenjangan (*gap*) SERVQUAL diidentifikasi, data tersebut ditransformasikan menjadi nilai tingkat kepentingan *numerik* untuk memberikan bobot objektif pada matriks *House of Quality* (HOQ). Proses ini bertujuan menstandarisasi skala kesenjangan agar atribut dengan *gap* negatif terbesar—yang menunjukkan realita pelayanan jauh di bawah harapan—mendapatkan prioritas tertinggi untuk perbaikan teknis. Secara matematis, konversi ini dilakukan dengan memetakan rentang nilai *gap* ke dalam skala linear tertentu menggunakan rumus interpolasi linear berikut:

Tabel 4.5 Tingkat kepentingan

| Variabel | Tingkat Kepentingan |
|---|---|
| Q1 | 3.09 |
| Q2 | 3.11 |
| Q3 | 3.10 |
| Q4 | 3.10 |
| Q5 | 3.10 |
| Q6 | 3.09 |
| Q7 | 3.10 |
| Q8 | 3.10 |
| Q9 | 3.10 |
| Q10 | 3.11 |
| Q11 | 3.10 |
| Q12 | 3.11 |
| Q13 | 3.08 |
| Q14 | 3.11 |
| Q15 | 3.08 |

**4.4 *Technical Response***

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan PT. Citra Selatan Tours melalui analisis SERVQUAL, perusahaan selanjutnya merumuskan respons teknis (technical responsse) sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan. Respons teknis ini disusun sebagai tindak lanjut atas kebutuhan pelanggan agar dapat diterjemahkan ke dalam langkah-langkah operasional yang konkret. Berikut adalah respons teknis yang sesuai.

Tabel 4.6 Respon teknis

| No | *Respons* Teknis | Nilai |
|---|---|---|
| 1 | Peningkatan dan perawatan kondisi fisik armada bus serta fasilitas pendukung perjalanan agar tetap bersih, nyaman, dan layak digunakan. | 20.42% |
| 2 | Peningkatan keandalan layanan melalui pengelolaan jadwal perjalanan yang tepat waktu serta pemenuhan komitmen layanan wisata secara konsisten. | 19.72% |
| 3 | Peningkatan kecepatan dan tanggapan staf dalam memberikan informasi, menanggapi pertanyaan, serta menangani keluhan pelanggan. | 20.42% |
| 4 | Peningkatan profesionalisme sopir dan tim operasional untuk menjamin keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan pelanggan selama perjalanan. | 21.45% |
| 5 | Peningkatan pelayanan yang bersifat personal dengan memahami kebutuhan khusus pelanggan serta membangun hubungan yang ramah dan empati. | 17.99% |

**4.5 *Relationship Matrix House of Quality* (HOQ)**

*Relationship* matrix pada *House of Quality* digunakan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan technical response perusahaan. Hubungan tersebut digambarkan menggunakan simbol hubungan kuat, sedang, dan lemah. Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan profesionalisme sopir dan tim operasional memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kebutuhan pelanggan terkait keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan pelanggan selama perjalanan wisata. Selain itu,

P-ISSN : 2580-4308
DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2 E-ISSN : 2654-8046

peningkatan kecepatan tanggapan staf juga memiliki hubungan yang kuat terhadap kebutuhan pelanggan terkait kejelasan informasi dan penanganan keluhan pelanggan.

Tabel 4.7 *Relationship* Matrix HOQ

| *Customer Needs* | Armada | Keandalan | Responsivitas | *Profesionalisme* | Pelayanan Personal |
|---|---|---|---|---|---|
| Ketepatan jadwal | ○ | ● | ○ | ● | △ |
| Kenyamanan perjalanan | ● | ○ | △ | ● | △ |
| Kejelasan informasi | △ | ○ | ● | ○ | △ |
| Penanganan keluhan | △ | ○ | ● | ○ | ● |

Keterangan :
● (9) = Hubungan sangat kuat
○ (3) = Hubungan sedang
△ (1) = Hubungan lemah
Kosong = Tidak ada hubungan

### 4.6 *Technical Correlation* dan Prioritas Perbaikan

*Technical correlation* digunakan untuk mengetahui hubungan antar technical response dalam *House of Quality*. Hubungan positif menunjukkan bahwa technical response saling mendukung, sedangkan hubungan negatif menunjukkan adanya kemungkinan konflik dalam implementasi strategi perbaikan.

Berdasarkan hasil analisis *House of Quality, technical response* dengan prioritas tertinggi yaitu peningkatan profesionalisme sopir dan tim operasional sebesar 21,45%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Citra Selatan Tours. Selain itu, peningkatan kondisi armada bus dan kecepatan pelayanan staf juga menjadi prioritas penting perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Tabel 4.8 Prioritas Perbaikan Pelayanan

| No | Prioritas Perbaikan | Nilai |
|---|---|---|
| 1 | Profesionalisme sopir dan tim operasional | 21.45% |
| 2 | Kondisi fisik armada bus | 20.42% |
| 3 | Kecepatan tanggapan staf | 20.42% |
| 4 | Keandalan layanan | 19.72% |
| 5 | Pelayanan personal | 17.99% |

### 4.7 Usulan Strategi Perbaikan

Berdasarkan hasil integrasi metode SERVQUAL dan *House of Quality* (HOQ), perusahaan perlu melakukan beberapa strategi peningkatan kualitas pelayanan, yaitu melakukan perawatan armada secara berkala, meningkatkan profesionalisme sopir dan staf operasional melalui pelatihan pelayanan prima, meningkatkan kecepatan pelayanan informasi dan penanganan keluhan pelanggan, serta memperbaiki sistem pengelolaan jadwal perjalanan wisata. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan mengurangi tingkat ketidakpuasan pelanggan pada PT. Citra Selatan Tours.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode SERVQUAL dan *House of Quality* (HOQ), diketahui bahwa kualitas pelayanan PT. Citra Selatan Tours masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan karena sebagian besar atribut pelayanan memiliki nilai gap negatif. Atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan yaitu ketepatan jadwal perjalanan, kondisi dan kenyamanan armada bus, responsivitas staf, serta kejelasan informasi perjalanan. Hasil analisis tingkat kebutuhan pelanggan menunjukkan nilai kebutuhan tertinggi sebesar 6,69% terdapat pada atribut kondisi kendaraan yang terawat, keamanan dan kenyamanan perjalanan, serta pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan. Berdasarkan analisis HOQ, prioritas technical response tertinggi yaitu peningkatan profesionalisme sopir dan tim operasional sebesar 21,45%, diikuti peningkatan kondisi fisik armada dan peningkatan kecepatan tanggapan staf sebesar 20,42%, sehingga perusahaan perlu memfokuskan perbaikan pada kualitas pelayanan operasional dan sumber daya manusia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 6. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT. Citra Selatan Tours yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses penelitian berlangsung. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, seluruh responden, serta semua

P-ISSN : 2580-4308
E-ISSN : 2654-8046 DOI https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v10i2

pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Khairuman, R., & Noermijati. (2022). Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL pada perusahaan jasa. Jurnal Administrasi Bisnis, 11(3), 55–63.

[2] Lestari, P., Ramadhan, F., & Hidayat, T. (2020). Penerapan Quality Function Deployment untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Jurnal Rekayasa Industri, 10(1), 40–49.

[3] Kurniawan, F., & Nahdi, M. (2020). Implementasi House of Quality dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan jasa. Jurnal Teknologi Industri, 8(2), 77–86.

[4] Nugraha, A. (2022). Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL). Jurnal Teknik dan Manajemen Industri, 13(2), 25–34.

[5] Sugiyanto, H., & Kurniasari, D. (2020). Kepuasan pelanggan pada industri jasa dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(1), 50–58.

[6] Suriansha, M., & Nabila, F. (2021). Konsep service quality pada perusahaan jasa modern. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2), 70–79.

[7] Wahim, A. (2024). Kualitas pelayanan pada industri pariwisata dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan. Jurnal Pariwisata Nusantara, 7(1), 90–99.