



YAYASAN PENDIDIKAN  
CENDEKIA UTAMA  
UNIVERSITAS DR. SOETOMO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Prodi S-1 : Manajemen  
No 1021/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2015  
Prodi S-1 : Akuntansi  
No 1262/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2015  
Prodi S-3 : Doktor Manajemen  
SK. No. 759/M/2020

Prodi S-1 : Ekonomi Pembangunan  
SK. No. 1810/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2019  
Prodi S-2 : Magister Manajemen  
SK. No. 1306/SK/BAN-PT/Akred/M/V/2017

Jl. Semolowaru 84 Surabaya. 60118 Telp. (031) 5944752. Fax. (031) 5938935. website : [www.fe.unitomo.ac.id](http://www.fe.unitomo.ac.id)

## SURAT TUGAS

Nomor : FEB. 14-3 /E.23/IX/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr Soetomo Surabaya dengan ini memberi tugas kepada saudara yang tersebut di bawah ini:

No	NIDN	Nama	Keterangan
1	2016320182	Dwita Ratih Mei Wardhani	Mahasiswa FEB Unitomo
2	0703116602	Drs Sutarmin,MM	Dosen tetap FEB Unitomo

Untuk berperan serta sebagai Penulis Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SENESIS) "*Ekonomi Kreatif Berorientasi Digital Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing di Era New Normal*". yang dilaksanakan oleh Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia Pekanbaru-Riau pada tanggal 14 September 2021, Kota Pekanbaru via Zoom Meeting.

Sedang Tema Artikel yang diajukan adalah: "Analisis Layanan E-Travel Reservation System Terhadap Kepuasan Pengguna Global Distribution System (Studi Kasus PT Sabre Travel Network Indonesia Di Surabaya)".

Dalam melaksanakan tugas ini saudara di minta untuk aktif dalam kegiatan tersebut, sehingga memperoleh hasil yang dapat digunakan untuk mendukung profesionalitas saudara sebagai Dosen dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

Demikian, tugas ini diberikan kepada saudara untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Atas kerja samanya disampaikan terima kasih.

Surabaya, 07 September 2021



Dekan  
**Dr. JFX. Susanto Soekiman, MM**  
NPP.02.01.1.385

**PROSIDING**  
SEMINAR NASIONAL EKONOMI dan BISNIS (SENESES)  
*“Ekonomi Kreatif Berorientasi Digital Dalam Mencapai  
Keunggulan Bersaing di Era New Normal”*

14 September 2021  
Kota Pekanbaru via Zoom Meeting



**Penerbit :**  
**Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia**  
**Pekanbaru-Riau**  
**2021**

# PROSIDING

## SEMINAR NASIONAL EKONOMI dan BISNIS (SENESIS)

*“Ekonomi Kreatif Berorientasi Digital Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing di Era New Normal”*

**Kota Pekanbaru via Zoom Meeting**

**Pekanbaru, 14 September 2021**

### **Susunan Kepanitiaan Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SENESIS)**

Pelindung	:	Drs. Harry Choandra Prof. Dr. Amries Rusli Tanjung, SE, MM, Ak
Penanggung Jawab	:	Prof. Dr. Teddy Chandra, SE, MM Dr. Ir. Harry P. Panjaitan, SE, MM
Ketua Pelaksana	:	Layla Hafni S, SE, MM
Wakil Ketua	:	Agus Hocky, B.Sc, MM
Sekretaris	:	Novita Yulia Putri, SE
Editor	:	Stefani Chandra, B.BussCom, MIB Agus Hocky, B.Sc, MM Adriana Kurniawan, S.ST, M.Kom
Pembaca Acara (MC)	:	Stefani Chandra, B.BusCom, MIB Andi, S.Kom, MM
Moderator Sesi I	:	Stefani Chandra, B.BussCom, MIB
Moderator Sesi II	:	Astri Ayu Purwati, B.Sc., M.Sc. Evelyn Wijaya, S.E., M.M. Fadrul, SE, M.Ak Andi S.Kom, MM Layla Hafni S, SE, MM Intan Purnama, SE, MM Mimelientesa Irman, S.E., M.Ak., Ak. Sarli Rahman ST, MM Silvia Sari Sitompul, SE, MM Onny Setyawan, SP, MM Suharti, S.Pd, M.Ak Suyono, SE, MM Prof. Dr. Teddy Chandra, SE, MM Dr. Ir. Harry P. Panjaitan, SE, MM Yusnita Octafilia, S.Hum., M.M. Yusrizal, S.E., M.Si. Pricilia Irene Debora, SH, MM Maulana Reezfajri, SE, MM Anton, SE, M.Ak, Ak Febdwi Suryani, S.Pd, M.Ak

Bagian Brosur dll : Adriana Kurniawan, S.ST, M.Kom

Bagian Dokumentasi : Jennifer Chandra, B.Bus, MIB  
Andi, S.Kom, MM  
Edy Lukito

IT dan Perlengkapan : Agus Hocky, B.Sc, MM  
Johan, M.Kom  
Mukhsin, S.Kom, MM

Pembicara IBT PI : Dr. Ir. Harry P. Panjaitan, SE, MM

Bagian Konsumsi : Ika Sri Wahyuni, A.Md

Penerbit : Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Redaksi : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 78-88,  
Pekanbaru, Riau - 28127  
Telp. 0761 - 24418  
Fax. 0761 – 35508  
Email : [ibtpi@pelitaindonesia.ac.id](mailto:ibtpi@pelitaindonesia.ac.id)  
Website : <http://pelitaindonesia.ac.id/>

No. ISBN : 978-623-95167-4-1

Cetakan Pertama, Desember 2021

Hak cipta dilindungi undang – undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya juaiah penyusunan Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SENESIS) Tahun 2021 dengan tema: *“Ekonomi Kreatif Berorientasi Digital Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing di Era New Normal”* dapat terlaksana tepat waktu.

Penyusunan prosiding ini bertujuan untuk menyebarkan hasil penelitian yang memuat informasi – informasi terbaru dari dosen – dosen dan mahasiswa Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia serta peneliti lain yang berpartisipasi dalam seminar ini. Diharapkan dengan terbitnya prosiding ini, dapat menghasilkan kerjasama dan komunikasi antar sesama peneliti dan pakar dalam rangka mewujudkan sumber daya manusia yang kreatif dan profesional.

Prosiding ini diharapkan dapat menambah khasanah dalam bidang manajemen strategik, bisnis, ekonomi, pemasaran, sumber daya manusia, sistem informasi, manajemen operasi, kewirausahaan, keuangan dan lain - lain sehingga bermanfaat untuk bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan membantu menyediakan referensi ilmiah baik peneliti, birokrat, pendidik serta pihak – pihak lain yang membutuhkan. Kepada semua pihak yang telah ikut membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan seminar ini hingga terbitnya prosiding ini, kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, Desember 2021

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

## KATA PENGANTAR

## DAFTAR ISI

<b><u>Judul Artikel</u></b>	<b><u>Author</u></b>
CORPORATE GOVERNANCE MECHANISM, POLITICAL CONNECTION, AND ACCOUNTING CONSERVATISM: EVIDENCE FROM INDONESIA	Hendy Satria <sup>1</sup> , Muhammad Isa Alamsyahbana <sup>2</sup> , Novi Chandra Saputra <sup>3</sup>
INFLUENCE OF SERVICE, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND THEIR IMPLICATIONS ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY AT PT. LIEK MOTOR SURABAYA)	Ariefah Sundari, Ahmad Yani Syaikhudin
THE EFFECT OF LEADERSHIP STYLE, ORGANIZATIONAL CULTURE, WORK ENVIRONMENT, AND MOTIVATION ON TEACHER PERFORMANCE MAITREYAWIRA BATAM	Agus <sup>1</sup> , Zulkifli <sup>2</sup> , Ervin Nora Susanti <sup>3</sup>
THE INFLUENCE OF LEADERSHIP STYLE, WORK ENVIRONMENT, COMPENSATION, AND COMMUNICATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE	Kornelius Harianja <sup>1</sup> , Catur Fatchu Ukhriyawat <sup>2</sup> , Lukmanul Hakim <sup>3</sup>
PERCEIVED RISK, WEBSITE DESIGN ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON CONSUMER ONLINE SHOPPING IN BANDUNG CITY COVID-19 PANDEMIC	Imo Setyo Kusumo, Sukesi
THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION, BUSINESS ENVIRONMENT AND ORGANIZATIONAL CULTURE ON MARKETING PERFORMANCE WITH INNOVATION AS INTERVERNING VARIABLES AT BANK JATIM MAIN BRANCH SURABAYA	Yudi Eko Prasetyo, Sukesi
THE EFFECT OF FINANCIAL PERFORMANCE AND ASSET GROWTH ON THE QUALITY OF FINANCIAL REPORT INFORMATION ON STATE-OWNED ENTERPRISE COMPANIES LISTED ON THE IDX FOR THE 2015 – 2019 PERIOD	Natasyah Fitriana Kusuma, Alberta Esti Handayani
THE EFFECT OF COMPENSATION, JOB ROTATION, AND SERVICE ON WORK MOTIVATION IN SURABAYA CREDIT CENTER PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk	Aries Widya Gunawan, Nur Sayidah, Alvy Mulyaning Tyas
KONSEKUENSI RENCANA PENGUMUMAN MERGER BANK BUMN SYARIAH (STUDI HARGA SAHAM BANK BUMN SYARIAH)	Ica Nur Hayani <sup>1</sup> , Hendrik Suhendri <sup>2</sup> , Nur Ida Iriani <sup>3</sup>

ANALISIS LAYANAN E-TRAVEL RESERVATION SYSTEM TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM (STUDI KASUS PT SABRE TRAVEL NETWORK INDONESIA DI SURABAYA)	Dwita Ratih Mei Wardhani <sup>1</sup> ), Sutarmin <sup>2</sup> )
ANALISIS PENERAPAN ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM DALAM MENENTUKAN HARGA POKOK PRODUKSI (STUDI PADA BAKPIA UD PIA TULIP)	Gregorius Agung <sup>1</sup> , Hendrik Suhendri <sup>2</sup> , Sri Andika Putri <sup>3</sup>
PENERAPAN AUDIT PEMASARAN (Studi Kasus Pada UD Shapala Terang Utama Malang)	Cristovorus Antonius Meto <sup>1</sup> , Hendrik Suhendri <sup>2</sup> , Poppy Indri Hastuti <sup>3</sup>
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN KARIR SEBAGAI AKUNTAN PUBLIK DAN NON AKUNTAN PUBLIK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Tribuwana Tungadewi Malang)	Ernita lima <sup>1</sup> , Hendrik Suhendri <sup>2</sup> , Sri Indah <sup>3</sup>
PENGARUH RASIO AKTIVITAS TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA UKM KERIPIK APEL GAPURA, KOTA BATU	Magdalena Dewi <sup>1</sup> , Cakti Indra Gunawan <sup>2</sup> , Imam Hidayat <sup>3</sup>
METODE FULL COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA POKOK PRODUKSI DI UKM KERIPIK APEL GAPURA KOTA BATU	Maria Agustina <sup>1</sup> , Cakti Indra Gunawan <sup>2</sup> , Yuni Setyawati <sup>3</sup>
IMPLIKASI PEMBEBASAN PAJAK UMKM TERHADAP KINERJA USAHA UMKM PADA MASA PANDEMIC COVID-19	Nuni Rosmiati Selan <sup>1</sup> Hendrik Suhendri <sup>2</sup> Risnaningsih <sup>3</sup>
PENGARUH SANKSI, SOSIALISASI, DAN PENDAPATAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (STUDI KASUS KELURAHAN KEDUNGKANDANG)	Riana Yonita Tamelan <sup>1</sup> , Nur Ida Iriani <sup>2</sup> , Suhendri Hendrik <sup>3</sup>
HUBUNGAN ANTARA AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN DENGAN EFEKTIVITAS PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI DALAM MASA COVID-19 (STUDI PADA UMKM DI KELURAHAN TLOGOMAS)	Susanti Dama Lero <sup>1</sup> , Hendrik Suhendri <sup>2</sup> , Sri Indah <sup>3</sup>
MAKNA RETRIBUSI PASAR BAGI PEDAGANG PASAR (DARI PERSPEKTIF HERMENEUTIKA) (Studi Pada Pasar Tradisional Landungsari)	Veronika Lika Handja <sup>1</sup> Risnaningsih <sup>2</sup> Hendrik Suhendri <sup>3</sup>
PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGETAHUAN PERPAJAKAN, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KOTA MALANG PADA SAAT PANDEMI COVID-19	Ferison Poto <sup>1</sup> Hendrik Suhendri <sup>2</sup> M. Rifa'i <sup>3</sup>

THE INFLUENCE OF COMPETENCE, ATTITUDE, KNOWLEDGE, AND COMMUNICATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE	Joko Riyanto <sup>1</sup> , Lukmanul Hakim <sup>2</sup> , Oktavianti <sup>3</sup>
ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK BERBASIS RGEK SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19	Nona Jane Onoyi <sup>1</sup>
THE INFLUENCE OF RISK PROFILE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, EARNINGS, AND CAPITAL ON THE PERFORMANCE OF BANKING BANKS	Surani <sup>1</sup> , Oktavianti <sup>2</sup> , Catur Fatchu Ukhriyawati <sup>3</sup>
THE INFLUENCE OF E-PERFORMANCE BASIS WORKING SYSTEM TOWARDS WORKER PERFORMANCE (CASE STUDY ON GAYA SUKSES MANDIRI KASEINDO Ltd., CIBITUNG)	Azis Adi Wicaksono <sup>1</sup> , Jajuk Suprijati <sup>2</sup>
ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF PERSONAL TAXPAYER COMPLIANCE IN THE TIME OF THE COVID 19 PANDEMIC	Yosefa Cindi, Nur Sayidah
INFLUENCE OF BUSINESS SUCCESS FACTORS ON MICRO BUSINESS SUCCESS IN ENTREPRENEURSHIP IN JAMBI CITY	Yosi Fahdillah <sup>1</sup> , Vivi Usmayanti <sup>2</sup> , Rosalia Susanti <sup>3</sup> , dan Nia Rahayu <sup>4</sup>
THE INFLUENCE OF WORK MOTIVATION, WORK DISCIPLINE, WORK ENVIRONMENT, AND JOB SATISFACTION ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK IN SAGULUNG DISTRICT, BATAM CITY	Lidia Oktaviana <sup>1</sup> , Catur Fachtu Ukhriyawati <sup>2</sup> , Sastra Tamami <sup>3</sup>
THE INFLUENCE OF WORK DISCIPLINE, LEADERSHIP STYLE, MOTIVATION, AND TRAINING ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT. FURNIPLUS ASIA	Dewi Sartika <sup>1</sup> , Sri Langgeng Ratnasari <sup>2</sup> , Oktavianti <sup>3</sup>
THE EFFECT OF COMPETENCE, EXPERIENCE, TRAINING, AND MOTIVATION ON TEACHERS' PERFORMANCE	Mashita Ulfah <sup>1</sup> , Sri Langgeng Ratnasari <sup>2</sup> , Zulkifli <sup>3</sup>
A Systematic Review Penelitian Digitalisasi UMKM: COVID-19	Vivi Usmayanti <sup>1</sup> , Yosi Fadhillah <sup>2</sup>
THE INFLUENCE OF WORK CULTURE, LEADERSHIP STYLE, COMMUNICATION, AND MORALE ON EMPLOYEE PERFORMANCE	Ghufon, Catur Ukhriya Wati, Oktavianti
THE INFLUENCE OF LOCAL CONTENT TOWARDS THE SALES OF SMEs' PRODUCT THROUGH MEDIA OF MARKET PLACE (EMPIRICAL STUDY IN SAMPIT EAST KOTAWARINGIN REGENCY)	Yuli Sintha Asi

ANALYSIS OF COMPANY STOCK PORTFOLIO PERFORMANCE IN THE FLIGHT SERVICE SECTOR IN SOME ASEAN COUNTRIES	Iftikar Arif Yuri <sup>1</sup> , Nur Octasari Lisadi, Maya Rizki Sari <sup>2</sup>
MODEL KETERLIBATAN MENGGUNAKAN LISTRIK PINTAR PADA RUMAH TANGGA : ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABELITAS	1Johni Paul Karolus Pasaribu, 2Mira Gustina Pangestu 3Tedyanto Surya
THE EFFECT OF LEADERSHIP STYLE, MOTIVATION AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT ON JOB SATISFACTION IN IMPROVING PERFORMANCE OF LIBRARY AND ARCHIVES OFFICE EMPLOYEES REGION LABUHANBATU	Nur Azmi Siregar, Zulkarnain Nasution, Mulkan Ritonga
PENGARUH KECERDASAN INTELEKTUAL, KECERDASAAN EMOSIONAL DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP PERILAKU ETIS INDIVIDU MAHASISWA AKUNTANSI	Rachma Etika Dwi Yuniar <sup>1</sup> ), Nur Sayidah <sup>2</sup> )
PENGARUH PERSEPSI BEBAN KERJA, STRES KERJA, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG BATAM PADA MASA PANDEMI COVID-19	Yannik Ariyati , Indah Rahma Sari, Sastra Tamami
PENGARUH ETIKA UANG, KEADILAN PAJAK, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP PERSEPSI ETIKA PENGGELAPAN PAJAK (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Nganjuk)	Eva Ayu Rahmawati, Kurnia Agustina A
PENGARUH CEO POWER TERHADAP TAX AVOIDANCE (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2017-2019)	Azzrofatul Febriyanti <sup>1</sup> , Mustika Winedar <sup>2</sup>
PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Pabean Cantikan Surabaya)	Hanim Yulia Sari, Mustika Winedar
OVERCONFIDENCE, COGNITIF DISSONANCE, DAN ILLUSION OF CONTROL TOWARD INVESTMENT DECISION MAKING IN INDONESIAN STOCK EXCHANGE	Adelya Junita Sari <sup>1</sup> , Sri Utami Ady

EFFECT OF WORK DISCIPLINE, WORK MOTIVATION, TURNOVER AND EMPLOYEE ENGAGEMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE PT. AMTEK ENGINEERING BATAM	Suhadi1, Sastra 2, Firdaus 3
THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL CULTURE, QUALITY OF HUMAN RESOURCES, MOTIVATION AND WORK DISCIPLINE ON THE PERFORMANCE OF RADIO EMPLOYEES OF THE REPUBLIC OF INDONESIA REGION OF THE PROVINCE OF RIAU ISLANDS	Metha Octharia, Ervin Nora Susanti, Herni Widiyah Nasrul
THE EFFECT OF WORK MOTIVATION, WORK DISCIPLINE, WORK ENVIRONMENT, AND ORGANIZATIONAL CLIMATE ON EMPLOYEE JOB SATISFACTION IN KECAMATAN SUNGAI BEDUK KOTA BATAM	Syamsul Rizal, Catur Ukhriya Wati, Oktavianti
STUDI TENTANG KONTRIBUSI TENAGA KERJA PEREMPUAN DALAM USAHA PENGOLAHAN IKAN CAKALANG ASAP DI KELOMPOK USTAFU KELURAHAN GIRIAN ATAS KECAMATAN GIRIAN KOTA BITUNG PROVINSI SULAWESI UTARA	Murnitary Matulesy1, Didik Trisbiantoro2, Suzana Sri Hartini2
THE EFFECT OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER DECISIONS IN ACCEPTING MSME LOANS AT BANK BJB BATAM BRANCH	Hafiz Rahmat Getri Sanyus1, Lukmanul Hakim2, zulkifli3
ANALYSIS OF MSME TAXPAYER COMPLIANCE AFTER THE ISSUANCE OF GOVERNMENT REGULATIONS NUMBER 23 YEARS 2018	Ririn Tri Novitasari, Alvy Mulyaningtyas
PENGARUH PENGGUNAN UMPAN HIDUP DAN UMPAN PALSU PADA ALAT TANGKAP PANCING ULUR TERHADAP PENDAPATAN NELAYAN DESA SEPULU KECAMATAN SEPULU KABUPATEN BANGKALAN MADURA	Karlina1, Suzana Sri Hartini2, Didik Trisbiantoro2
THE EFFECT OF COMPETENCE, INDEPENDENCE AND ETHICS ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND PERFORMANCE IN THE IMPLEMENTATION OF INTERNAL CONTROL AT THE REGIONAL INSPEKTORATE OF RIAU PROVINCE	Dedy Chandra Syahputra1, Nyoto2, Dadi Komardi3
THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING ON SATISFACTION AND LOYALTY OF THE CUSTOMERS AT PT SURYA MADISTRINDO PEKANBARU	Elfrida Lusiana Harahap, Teddy Chandra, Rizaldi Putra

<p>PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KOMPENSASI, DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA GURU PONDOK PESANTREN SE-KECAMATAN TAPUNG DENGAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING</p>	<p>Paisal Dee</p>
<p>EFFECT OF WORK DISCIPLINE, COMPENSATION AND TRAINING ON JOB SATISFACTION AND EMPLOYEE PERFORMANCE RSIA BUNDA ANISYAH IN AIRTIRIS</p>	<p>Grency Bela Hetlin<sup>1</sup>, Harry P. Panjaitan<sup>2</sup>, Dadi Komardi<sup>3</sup></p>
<p>THE EFFECT OF LEADERSHIP, WORK ENVIRONMENT, AND ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE TEACHERS' COMPETENCE AND WORK PERFORMANCE IN PRAJNAMITRA MAITREYA FOUNDATION PEKANBARU</p>	<p>Herni Lestari, Nyoto, dan Rizaldi Putra</p>
<p>THE INFLUENCE OF DISCIPLINE AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT THROUGH MEDIATION OF JOB MOTIVATION ON PERFORMANCE OF EMPLOYEES IN THE TAMPAN DISTRICT OFFICE PEKANBARU CITY</p>	<p>Peri Susanto</p>
<p>DETERMINATION ANALYSIS OF JOB SATISFACTION AND TEACHER PERFORMANCE IN PRAJNAMITRA MAITREYA PEKANBARU FOUNDATION</p>	<p>Rohani<sup>1</sup>, Sudarno<sup>2</sup>, Nyoto<sup>3</sup></p>
<p>ANALYSIS OF THE EFFECT OF ROA, CR, DER ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE VALUE</p>	<p>Suci Fitria Sari dan Suyono</p>
<p>THE EFFECT OF COMPENSATION, ORGANIZATIONAL CULTURE, AND WORK MOTIVATION ON JOB SATISFACTION AND PERFORMANCE OF PRIVATE VOCATIONAL VOCATIONAL SCHOOL TEACHERS IN PEKANBARU CITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC</p>	<p>Yurfikoh</p>
<p>ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA DAN PROMOSI PADA PAGAWAI APATUR SIPIL NEGARA (ASN) INSPEKTORAT PROVINSI RIAU</p>	<p>SRI UTAMI DEWI</p>
<p>ANALYSIS OF ACADEMIC SERVICE QUALITY, INSTITUTION IMAGE, AND LEARNING METHODS ON STUDENT SATISFACTION AND LOYALTY (Study at Dharma Loka High School Pekanbaru)</p>	<p>Bambang<sup>1</sup>, Yanti Mayasari Ginting<sup>2</sup>, Sudarno<sup>3</sup></p>

THE INFLUENCE OF LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND DISCIPLINE OR EMPLOYEE PERFORMANCE AT PUBLIC HEALTH OFFICE OF PEKANBARU CITY	Mairia <sup>1</sup> , Dadi Komardi <sup>2</sup> , dan Dr. Ir. Harry P. Panjaitan, S.E., M.M. <sup>3</sup>
THE EFFECT OF MOTIVATION AND WORK DISCIPLINE ON EMPLOYEE PERFORMANCE	Ervin Nora Susanti <sup>1</sup> , Sri Langgeng Ratnasari <sup>2</sup> , Metha Octharia <sup>3</sup> , Herni Widiyah Nasrul <sup>4</sup>
FUNGSI PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	Melani Kadar
PENGARUH MATERIAL FLOW COST ACCOUNTING TERHADAP ENVIRONMENTAL PERFORMANCE PADA GRUP ASIAN AGRI TAHUN 2015-2019	Nicholas Renaldo, Suhardjo, Andi
PENGARUH REPOSITIONING DAN BRAND EQUITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA LAYANAN KREDIT KONSUMTIF	1Febby Nanda Utami, 2Yossinomita, 3Vanessa Tovell, 4Nia Rahayu
Perilaku Pembelian Kosmetik, Berlabel Halal pada Muslimah Berhijab: Sebuah Studi Multiple Korelasional	1Mira Gustiana Pangestu & 2Johni Paul Karolus Pasaribu, 3Gracella Esterline Silitonga, 4Rara Novrianti
THE EFFECTIVENESS OF TAX BILLING WITH WARNING LETTER AND FORCED LETTER TO INCREASE VALUE-ADDED TAX	Mita Amanda <sup>1</sup> , Nur Sayidah <sup>2</sup>
PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DI BADAN PENGELOLA PENDAPATAN KEUANGAN DAN ASET DAERAH (BPPKAD) KABUPATEN MALAKA	Adelaida Krista Manesanulu <sup>1</sup> , Nur Sayidah <sup>2</sup>

ISBN 978-623-95167-4-1



**ANALISIS LAYANAN E-TRAVEL RESERVATION SYSTEM TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM (STUDI KASUS PT SABRE TRAVEL NETWORK INDONESIA DI SURABAYA)**

**Dwita Ratih Mei Wardhani<sup>1)</sup>, Sutarmin<sup>2)</sup>**  
Universitas Dr Soetomo Jl. Semolowaru 84 Surabaya  
dwitarw@yahoo.com.sg  
sutarmin2415@gmail.com

***Abstrak***

*Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif maka pelaksanaannya melalui tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, pengolahan dan penyajian hasil survei, yang mencakup langkah-langkah, sebagai berikut: Menyusun instrumen survei; Menentukan besaran dan teknik penarikan sampel; Menentukan responden; Melaksanakan survei; Mengolah hasil survei; Menyajikan dan melaporkan hasil. Jumlah populasi atau agent PT Sabre Travel Network Indonesia adalah sebanyak 130 Travel Agent di Surabaya. Sedangkan untuk besaran sampel dan populasi dapat menggunakan tabel sampel dari Krejcie and Morgan. Sesuai dengan konsep Krejcie and Morgan sampel yang di teliti sebanyak 97 responden. Hasil penilaian kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Layanan System Sabre tahun 2020 adalah memiliki nilai indeks SKP mencapai 87,66 dengan nilai rata-rata sebesar 3,51 dengan kategori layanan Baik (B). Hasil nilai kepuasan pelanggan yang mempunyai Nilai Indeks terendah adalah Layanan di Hari Libur; Sikap Santun, respek dan atensi Staff; Keramahan Staff PT Sbare Travel Network Indonesia Surabaya; Nama Perusahaan PT Sabre Travel Network Indonesia Surabaya; Reputasi PT Sabre Travel Network Indonesia; Karakter pribadi Karyawan kontak PT Sabre Travel Network Indonesia di Surabaya; Server PT Sabre Travel Network Indonesia Surabaya; Fasilitas laptop atau PC PT Sabre Travel Network Indonesia Surabaya; Instalation SR 360 System PT Sabre Travel Network Indonsia Surabaya.*

---

***Kata Kunci: Kinerja, Nyata, Keandalan***

**ANALYSIS OF E-TRAVEL RESERVATION SYSTEM SERVICES TO GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM USER SATISFACTION (CASE STUDY OF PT SABRE TRAVEL NETWORK INDONESIA IN SURABAYA)**

**Dwita Ratih Mei Wardhani<sup>1)</sup>, Sutarmin<sup>2)</sup>**  
Universitas Dr Soetomo Jl. Semolowaru 84 Surabaya  
dwitarw@yahoo.com.sg  
sutarmin2415@gmail.com

***Abstract***

*This research is a quantitative descriptive research type, so its implementation goes through the stages of planning, preparation, implementation, processing and presentation of survey results, which includes the following steps: Develop survey instruments; Determine the amount and technique of sampling; Determine respondents; Carry out surveys; Processing survey results; Present and report results. The total population or agent of PT Saber Travel Network Indonesia is 130 Travel Agents in Surabaya. As for the sample size and population, you can use the sample table from Krejcie and Morgan. In accordance with the concept of Krejcie and Morgan, the sample examined was 97 respondents. The results of the customer satisfaction assessment of Saber System Service Users in 2020 is that the SKP index value reaches 87.66 with an average value of 3.51 in the Good (B) service category. The results of customer satisfaction scores that have the lowest Index Value are Service on Holidays; Polite attitude, respect and attention of staff; Friendliness of the Staff of PT Sbare Travel Network Indonesia Surabaya; Company Name PT Saber Travel Network Indonesia Surabaya; PT Saber Travel Network Indonesia's reputation; Personal character Employees contact PT Saber Travel Network Indonesia in Surabaya; PT Saber Travel Network Indonesia Surabaya server; PT Saber Travel Network Indonesia Surabaya laptop or PC facilities; Installation of SR 360 System PT Saber Travel Network Indonesia Surabaya.*

---

***Keywords: Performance, Tangible, Reliability***

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Penelitian.

Beberapa tahun terakhir ini bisnis pariwisata mengalami banyak penurunan. Selain akibat bencana alam dan masalah Virus Covid 19 yang sedang melanda hampir semua negara di Dunia termasuk Indonesia. Industri Pariwisata juga sama memiliki potensi yang besar guna menaikkan jumlah pendapatan devisa negara. Selain itu, Indonesia memiliki potensi wisata yang tinggi mengingat lahan yang luas dan garis pantai yang kedua terpanjang di dunia setelah Kanada. Perjalanan wisata keluar negeri pun juga mengalami peningkatan seiring semakin meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat di Indonesia. Dewasa ini, pasar travel merupakan sebuah gelanggang global, tempat dimana para pembeli (biro perjalanan dan publik) dan penjual (hotel, maskapai penerbangan, perusahaan sewa mobil, dan lain-lain) melakukan transaksi.

Menurut BPS Jawa Timur Jumlah Biro dan Agen Perjalanan Wisata Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, tahun 2016 terdiri dari Biro Perjalanan sebanyak 1.086, Cabang Biro Perjalanan sebanyak 7 (tujuh) cabang, Agen Perjalanan sebanyak 207. Sehingga total biro dan agen perjalanan di Jawa Timur tahun 2016 sebanyak 1.300 agen. Dan dari 1.300 biro tersebut yang berada di Surabaya sebanyak 344 agen. Semakin meningkatnya pertumbuhan biro atau agen di Jawa Timur khususnya di Surabaya maka akan semakin ketat persaingan bisnis jasa ini. Munculnya biro perjalanan seperti Sumanindo Graha Wisata, PT Tanjung Permai Travel, PT Wisata Dewa Tour & Travel (Surabaya Branch), PT Pacto (Surabaya Branch), PT Bayu Buana Tbk. (Surabaya Branch), PT Prima Vijaya Indah Tour (Surabaya Branch), Fullmoon Express, PT Pasopati Tour & Travel, dan lain-lain. Dengan semakin ketatnya persaingan usaha biro perjalanan maka dibutuhkan layanan teknologi yang semakin canggih. Jarak tidak menjadi masalah lagi dengan adanya teknologi informasi. Dengan teknologi informasi kemudahan dan kecepatan untuk mengakses informasi dapat diatasi. Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi bagi *travel agent* dan pariwisata mampu memberikan kontribusi yang sangat besar. Dengan perubahan dan perkembangan teknologi informasi memudahkan *travel agent* dan pariwisata untuk mendapatkan informasi melalui akses internet. Persaingan yang semakin ramai tentu merupakan pendorong terjadinya perubahan-perubahan.

Menghadapi ketatnya persaingan, biro perjalanan wisata *offline* dituntut untuk memanfaatkan teknologi. Menurut (Sumarni and Soeprihanto 2010) mengatakan Perusahaan harus dapat mengubah tantangan persaingan menjadi kesempatan. Oleh karenanya, produk dan paket wisata dari biro perjalanan wisata bisa dipasarkan melalui internet dalam bentuk *World Wide Web* atau *Web Site*. Namun demikian, dalam menampilkan paket wisata, pemberian informasi yang berkualitas pada *web site* merupakan hal utama (Suwena and Ngurah 2010), sehingga berpeluang memenangkan persaingan. Teknologi Informasi dan Komunikasi memiliki pengaruh besar dalam kehidupan Biro Travel terutama di zaman modern seperti ini. Selain itu media internet dapat memudahkan dan mempercepat proses transaksi, karena pengguna jasa dan wisatawan tidak perlu repot datang ke kantor ataupun menghubungi melalui telepon, cukup duduk di depan komputer dan semua bisa dilakukan dengan komputer. Teknologi informasi ini memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, bagi *travel agent* dan pariwisata maupun bagi pengguna jasa biro perjalanan dan wisatawan. Biro perjalanan wisata kini tidak punya pilihan, harus berubah mengikuti arus perubahan besar yang dipicu oleh revolusi Internet. Bila tidak, sudah pasti bakal gulung tikar ditelan oleh gelombang perubahan yang dibuatnya. Pesan tiket sekarang, tinggal meng-klik *mouse computer*.

PT Sabre Travel Network Indonesia adalah perusahaan penyedia solusi teknologi untuk industri perjalanan dan pariwisata global. PT Sabre Network Indonesia menawarkan berbagai solusi teknologi termasuk intelijen bisnis berbasis data, seluler, distribusi, dan solusi Perangkat Lunak sebagai Layanan (SaaS) yang digunakan oleh pemasok perjalanan (maskapai penerbangan, hotel, outlet penyewaan mobil, kereta api, jalur pelayaran dan operator tur) dan pembeli perjalanan (biro perjalanan, perusahaan pengelola perjalanan, dan departemen perjalanan perusahaan) untuk merencanakan, memasarkan, menjual, melayani, dan mengoperasikan bisnis mereka.

Agen perjalanan independen, agen online, dan agen perjalanan sekarang menggunakan sistem *Global Distribution System* yang semakin canggih untuk mencari perjalanan dan akomodasi serta tarif terbaik untuk pelanggan biro perjalanan. Agen akan melakukan pemesanan maskapai dan hotel (secara real time) untuk pelanggan, dan produsen biro perjalanan akan menyelesaikan penelitian dan pemesanan pelanggan dengan waktu yang sangat cepat. Teknologi juga dapat menghasilkan solusi

baru untuk membuat data lebih berguna dan praktis bagi pelanggan (agen perjalanan) dan berkembang untuk mencakup industri baru. PT Sabre Travel Network Indonesia adalah salah satu penyedia GDS di Indonesia yaitu Sistem berbasis mainframe industri maskapai pertama, SABRE. Dengan uraian diatas maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul:”Analisis Kepuasan Pelayanan E-Travel Reservation System Terhadap Pengguna Global Distribution System (Studi Kasus PT Sabre Travel Network Surabaya)”.

## 2. Penelitian Terdahulu.

- a. Iis Maulida, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal (2019), “*Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Revisit Intention*”. Perbedaan hasil Penelitian sebelumnya menggunakan dimensi Berwujud, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan sebagai tolak ukur untuk menentukan tingkat kepuasan. Namun Peneliti sekarang untuk melihat tingkat harapan dan kenyataan responden melihat dari 4 dimensi yaitu Customer Centric, Always Achieving, Serving Sincerely Value. Dan Perbedaan Teknik Analisis yaitu Teknik yang digunakan Customer Windows Analysis sedangkan penulis Menggunakan Nilai indeks.
- b. Sabella Dinarsyaharani P (2017):”*Hubungan Kerjasama Biro Perjalanan Wisata (Studi Deskriptif Mengenai Pertimbangan Hubungan Kerjasama Biro Perjalanan Asindo Global Tour and Travel dengan Wholesaler Asian Link dalam Penjualan Paket Wisata Outbond Tour)*”. Perbedaan dengan Penelitian sebelumnya Mendiskriptifkan wholesaler Paket wisata internasional. Penelitian yang penulis gunakan adalah mendiskriptifkan penggunaan system reservasi yang dapat digunakan oleh wholesaler dan biro perjalanan.
- c. Sabella Dinarsyaharani P (2017):” *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Global Distribution System Sabre Travel Network Indonesia: Survei Terhadap Travel Agent Di Kawasan DKI Jakarta.*” Perbedaan hasil penelitian sebelumnya Penelitian sebelumnya bertujuan memperoleh temuan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna Global Distribution System. Penelitian yang penulis lakukan bertujuan mendiskriptifkan Kepuasan Travel agent dalam menggunakan Jasa System Sabre.

## 3. Fenomena,

Kualitas hasil layanan dari jasa *Global Distribution System Sabre* dapat diketahui dengan cara menentukan Indeks Kepuasan Pengguna Jasa PT Sabre Travel Network Indonesia. Jika Indeks kepuasan tinggi menunjukkan adanya Kinerja yang baik, Penulis menggunakan dasar (Peraturan-Menteri-Pendayagunaan-Aparatur-Negara&Reformasi-Birokrasi 2017) No 14 tentang pedoman penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat sebagai acuan yang baik untuk mengukur tingkat kepuasan layanan public. Di dalam peraturan tersebut Kinerja di katakana baik jika memiliki Nilai indeks antara 76,61 – 88,30 dan dikatakan nilai kinerja Sangat Baik jika berada pada range 88,31 – 100,00 atau kategori Sangat Baik (A). Sebaliknya Kinerja yang Kurang Baik Jika memiliki indeks yang berada pada range 65,00 – 76,60. Sedangkan kinerja yang Tidak baik atau kategori yang paling rendah jika perusahaan berada pada nilai indeks antara 25,00 – 64,99.. Penelitian tentang kepuasan Pengguna *Global Distribution System Sabre* menjadi penting untuk selalu dilakukan, salah satunya adalah bagaimana supaya *Global Distribution System Sabre* tetap diminati dan menjadi sarana utama yang selalu digunakan Biro perjalanan yang aman, nyaman dan cepat. Berdasarkan kerangka pikiran tersebut diatas maka penelitian ini akan menggali secara dalam tentang:”*Bagaimanakah menentukan Nilai Indeks kinerja layanan Travel Reservation System sebagai dasar untuk mengembangkan model Pelatihan Karyawan di Global Distibution System PT Sabre Travel Network Indonesia*”.

## 4. Tujuan Penelitian

Menggali lebih dalam mengenai Nilai Indeks kinerja PT Travel Network Indonesia sebagai penyedia *Global Distribution System Sabre* di Surabaya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kualitas Pelayanan Jasa.

Menurut (Fandy 2016) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain ((Kotler and Keller 2011). Pelayanan merupakan perilaku

produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Dari pengertian tersebut kualitas pelayanan dapat diartikan suatu tindakan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian sesuatu harapan konsumen yang diinginkan.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan/institusi/produsen guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan / institusi / produsen. Menurut (Tjiptono 2012), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono and Chandra 2012), Kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi klien.

## 2. Karakteristik dan Dimensi Kualitas Jasa

Menurut (Kotler and Keller 2011), menjelaskan dalam jasa terdiri dari 4 (empat) karakteristik diantaranya sebagai berikut :

- a. Tidak Berwujud (*Intangibility*), Karena jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, didengar dan dicium sebelum jasa tersebut dibeli dan dikonsumsi. Sebelum melakukan pembelian jasa maka pembeli biasanya mencari bukti atas kualitas jasa tersebut.
- b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*) biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Karena jasa tidak dapat dipisahkan dari penyedia layanan jasa. Jika seseorang memberikan layanan jasa, maka itu merupakan dan bagian dari jasa tersebut, karena klien hadir pada saat jasa dihasilkan.
- c. Bervariasi (*Variability*) kualitas jasa memiliki banyak variasi, jenis dan kualitas. Karena tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimana jasa itu dilakukan.
- d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*) karena jasa tidak dapat disimpan untuk dipakai kedepannya. Karena jasa bersifat tidak tahan lama maka tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Namun masalah yang sulit terjadi apabila terjadinya permintaan yang berfluktuasi.

Kualitas pelayanan (*service quality*) tidak terlepas dari karakteristik mutu pendidikan. Dalam ini (Usman 2013) mengemukakan 13 (tiga) belas karakteristik yang dimiliki oleh mutu pendidikan yaitu :

- a. Kinerja (*performance*) yakni berkaitan dengan aspek fungsional sekolah meliputi: kinerja guru dalam mengajar, baik dalam memberikan penjelasan meyakinkan, sehat dan rajin mengajar, dan menyiapkan bahan pelajaran lengkap, pelayanan administratif dan edukatif .
- b. Waktu wajar (*timelines*) yakni sesuai dengan waktu yang wajar meliputi memulai dan mengakhiri pelajaran tepat waktu, waktu ulangan tepat.
- c. Handal (*reliability*) yakni usia pelayanan bertahan lama. Meliputi pelayanan prima yang diberikan sekolah bertahan lama dari tahun ke tahun, mutu sekolah tetap bertahan dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun.
- d. Data tahan (*durability*) yakni tahan banting, misalnya meskipun krisis moneter, sekolah masih tetap bertahan.
- e. Indah (*aesthetics*) misalnya eksterior dan interior sekolah ditata menarik, guru membuat media-media pendidikan yang menarik.
- f. Hubungan manusiawi (*personal interface*) yakni menunjang tinggi nilai-nilai moral dan profesionalisme. Misalnya warga sekolah saling menghormati, demokrasi, dan menghargai profesionalisme.

- g. Mudah penggunaannya (*easy of use*) yakni sarana dan prasarana dipakai. Misalnya aturan-aturan sekolah mudah diterapkan, buku-buku perpustakaan mudah dipinjam di kembalikan tepat waktu.
- h. Bentuk khusus (*feature*) yakni keunggulan tertentu misalnya sekolah unggul dalam hal penguasaan teknologi informasi (komputerisasi).
- i. Standar tertentu (*conformance to specification*) yakni memenuhi standar tertentu. Misalnya sekolah telah memenuhi standar pelayanan minimal.
- j. Konsistensi (*concistency*) yakni keajenggan, konstan dan stabil, misalnya mutu sekolah tidak menurun dari dulu hingga sekarang, warga sekolah konsisten dengan perkataannya.
- k. Seragam (*uniformity*) yakni tanpa variasi, tidak tercampur. Misalnya sekolah melaksanakan aturan, tidak pandang bulu, seragam dal berpakaian.
- l. Mampu melayani (*serviceability*) yakni mampu memberikan pelayanan prima. Misalnya sekolah menyediakan kotak saran dan saran-saran yang masuk mampu dipenuhi dengan baik sehingga pelanggan merasa puas.
- m. Ketepatan (*acuracy*) yakni ketepatan dalam pelayanan misalnya sekolah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sekolah.

Lebih lanjut (Usman 2013) mengemukakan secara sederhana mutu memiliki 4 (empat) karakteristik sebagai berikut : 1). Spesifikasi, 2). Jumlah, 3). Harga, 3). Ketepatan waktu penyerahan.

Kualitas jasa menurut Wyckop ((Fandy 2016) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### 3. Mengukur Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono 2012), dalam mengukur kualitas pelayan perusahaan harus mengenali dan memperhatikan 5 (lima) kesenjangan (Gap) yang berkaitan dengan kegagalan perusahaan. Adapun kesenjangan (Gap) tersebut sebagai berikut :

- a. Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.
- b. Gap antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa atau produk.
- c. Gap antara spesifikasi kualitas jasa atau produk dan cara penyampainya.
- d. Gab antara penyampaian jasa atau produk dan komunikasi eksternal.
- e. Gab antaraaJasa atau produk yang dirasakan dan diharapkan.

### 4. Computer Reservation System.

Menurut (Anggraini 2008) “Reservasi atau *reservation* berasal dari kata kerja *to reserve* yang berarti memesan dan menyediakan tempat. Dalam hal ini pengertian rervasi adalah suatu transaksi yang menyangkut tentang penyediaan tempat, pelayanan khusus fasilitas-fasilitas lainnya untuk penumpang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa pesawat terbang”. Reservasi adalah penyediaan tempat atau pembukuan pada dinas-dinas penerbangan bagi calon penumpang beserta dengan permintaan akan fasilitas khusus”. (Mayasari 2011) “*Reservation* secara umum dapat diartikan sebagai penyediaan tempat duduk, yang meliputi keseluruhan proses kegiatan yang berkaitan dengan pendistribusian produk, pencatatan keseluruhan transaksi pemesanan tempat untuk pencapaian pendapatan yang optimal”.

*Computer Reservation System (CRS)* : Sistem komputer yang memuat informasi tentang jadwal penerbangan, ketersediaan tempat (*seat*), harga (*fare*) dan pelayanan (*service*) lainnya yang terkait dengan perjalanan penumpang. Sistem ini juga dapat untuk melakukan transaksi reservasi dan proses pengeluaran tiket (<https://glosarium.org/arti-computer-reservation-system-di-travel-perhotelan/>).

*Computer Reservations System* atau *Central Reservation System (CRS)* merupakan sistem reservasi komputer yang digunakan untuk menyimpan dan mengambil informasi dan melakukan transaksi terkait dengan perjalanan udara. Awalnya dirancang untuk dan dioperasikan oleh airlines, CRS kemudian diperluas penggunaannya oleh Biro perjalanan. (<https://caretourism.wordpress.com/2013/06/22/sistem-reservasi-komputer-dan-pariwisata/>).

### 5. Global Distribution System

*GDSs are extensive private electronic networks that connect airlines, hotels, travel agents and other participants in the travel, tourism and hospitality industry. They reportedly account for in excess of 15% of total reservations worldwide* (Weinstein 2010) kalau diterjemahkan artinya GDS adalah jaringan elektronik pribadi yang luas yang menghubungkan maskapai penerbangan, hotel, agen

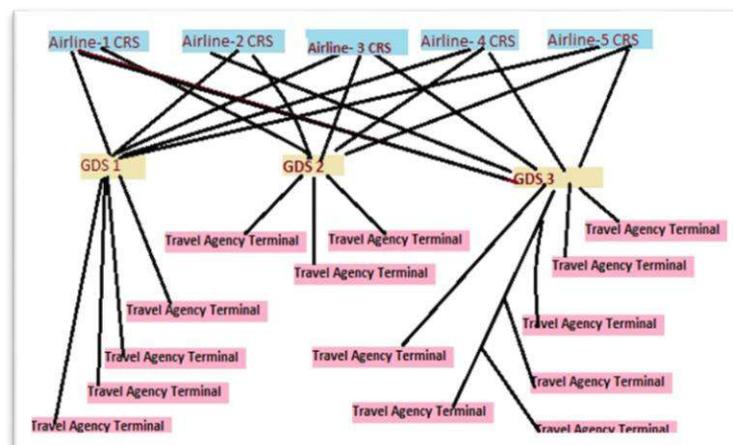
perjalanan dan peserta lainnya di Indonesia industri perjalanan, pariwisata, dan perhotelan. Mereka dilaporkan menyumbang lebih dari 15% dari total pemesanan di seluruh dunia. GDS dan Internet menyediakan konektivitas fisik dan logis antara berbagai peserta di Internet Industri perjalanan, pariwisata, dan perhotelan Australia. Kedua sistem ini juga berinteraksi dengan hak milik in-house sistem yang membuktikan konektivitas berlapis-lapis. Ini komprehensif dan kompleks namun sangat andal dan seperangkat jaringan yang relatif rendah memberikan industri perjalanan, pariwisata, dan perhotelan dengan sangat efektif dan sistem yang efisien untuk memproses transaksi penjualan, mengelola inventaris dan berinteraksi dengan manajemen pendapatan sistem. Ketika dimuat dengan tepat dengan tarif yang benar, deskriptor tingkat dan informasi terkait lainnya tentang layanan vendor, sistem ini dapat memproses transaksi penjualan sebagai bagian dari pembaruan yang terintegrasi dan terus-menerus sistem yang secara signifikan dapat berkontribusi pada optimalisasi pendapatan perusahaan.

Menurut ([https://en.wikipedia.org/wiki/Global\\_distribution\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Global_distribution_system)) *Global distribution system (GDS) is a computerised network system owned or operated by a company that enables transactions between travel industry service providers, mainly airlines, hotels, car rental companies, and travel agencies. The GDS mainly uses real-time inventory (e.g. number of hotel rooms available, number of flight seats available, or number of cars available) to service providers. Travel agencies traditionally relied on GDS for services, products and rates in order to provide travel-related services to the end consumers. Thus, a GDS can link services, rates and bookings consolidating products and services across all three travel sectors: i.e., airline reservations, hotel reservations, car rentals. GDS is different from a computer reservations system, which is a reservation system used by the service providers (also known as vendors). Primary customers of GDS are travel agents (both online and office-based) to make reservation on various reservation systems run by the vendors. GDS holds no inventory; the inventory is held on the vendor's reservation system itself. A GDS system will have real-time link to the vendor's database. For example, when a travel agency requests a reservation on the service of a particular airline company, the GDS system routes the request to the appropriate airline's computer reservations system.* Artinya Global distribution system (GDS) adalah sistem jaringan terkomputerisasi yang dimiliki atau dioperasikan oleh perusahaan yang memungkinkan transaksi antara penyedia layanan industri perjalanan, terutama maskapai penerbangan, hotel, perusahaan penyewaan mobil, dan agen perjalanan. GDS terutama menggunakan inventaris waktu-nyata (mis. Jumlah kamar hotel yang tersedia, jumlah kursi penerbangan yang tersedia, atau jumlah mobil yang tersedia) untuk penyedia layanan. Agen perjalanan secara tradisional mengandalkan GDS untuk layanan, produk, dan tarif untuk memberikan layanan terkait perjalanan ke konsumen akhir. Dengan demikian, GDS dapat menghubungkan layanan, tarif, dan pemesanan yang menggabungkan berbagai produk dan layanan di ketiga sektor perjalanan: mis., Pemesanan maskapai, pemesanan hotel, penyewaan mobil.

Berikut ini konsep gambaran tentang GDS (<https://www.travelprofessionalnews.com/how-airline-consolidators-can-help-agencies-of-all-sizes-january-2018/>)

Gambar 1

Diagram of an airline Global Distribution System



Sumber: PT Sabre Networking Indonesia

## METODE PENELITIAN

### 1. Identifikasi Variabel dan Pengukurannya

- a. *Reliabilitas* ( $X_1$ ) adalah Kinerja (performance) yang dimiliki oleh perusahaan dalam menangani masalah-masalah yang dihadapi *Travel Agencies*:
  - Mampu membantu agen dalam menangani hambatan internet ( $X_{1.1}$ )
  - Mampu membantu agen dalam menangani hambatan reservasi ( $X_{1.2}$ )
  - Mampu membantu agen dalam komunikasi dengan maskapai ( $X_{1.3}$ )
  - Kemudahan mengoperasikan SR360 System atau jaringan elektronik Sabre ( $X_{1.4}$ )
- b. *Responsivitas* ( $X_2$ ) atau daya tanggap, yaitu kesiapan para karyawan untuk membantu staff *Travel Agencies* secara cepat :
  - Dapat dihubungi dengan mudah selain melalui komunikasi kantor (misal nomor pribadi, WA, email) ( $X_{2.1}$ )
  - Layanan setelah jam kantor ( $X_{2.2}$ )
  - Layanan di hari libur ( $X_{2.3}$ )
- c. *Kompetensi* ( $X_3$ ) adalah penguasaan, keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan *Travel Agencies*:
  - Pengetahuan dan keterampilan *helpdesk* ( $X_{3.1}$ )
  - Pengetahuan dan keterampilan *technical* ( $X_{3.2}$ )
  - Keterampilan tenaga *trainer* ( $X_{3.3}$ )
- d. *Courtesy* ( $X_4$ ) adalah sikap atau kepribadian yang dimiliki oleh jajaran *customer service, Marketing staff*:
  - Sikap santun, respek, atensi ( $X_{4.1}$ )
  - Keramahan para karyawan ( $X_{4.2}$ )
- e. *Credibility* ( $X_5$ ) adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan perusahaan yang menimbulkan kepercayaan *Travel Agencies*:
  - Nama perusahaan ( $X_{5.1}$ )
  - Reputasi perusahaan ( $X_{5.2}$ )
  - Karakter pribadi karyawan kontak ( $X_{5.3}$ )
- f. *Tangibles* ( $X_6$ ) adalah fasilitas peralatan dan bahan-bahan komunikasi perusahaan:
  - *Server* ( $X_{6.1}$ )
  - Fasilitas laptop atau PC ( $X_{6.2}$ )
  - *Instalation SR360 System* ( $X_{6.3}$ )

### 2. Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil populasi *Travel Agencies* PT Sabre Travel Network Indonesia yaitu *Travel Agencies* yang menggunakan GDS Sabre. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah Non Probability Sampling. Sedangkan Teknik non probability yang digunakan adalah sampling Jenuh. Menurut (Sugiyono 2017) yang dimaksud sampling Jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. sedangkan jumlah populasi dan sekaligus yang menjadi sampel adalah sebanyak 97 *Travel Agencies*.

### 3. Metode Pengumpulan Data.

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif maka Pelaksanaan dapat dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, pengolahan dan penyajian hasil survei, yang mencakup langkah-langkah, sebagai berikut: 1. Menyusun instrumen survei; Menentukan besaran dan teknik penarikan sampel; 3. Menentukan responden; (4) Melaksanakan survei; (5) Mengolah hasil survei; (6) Menyajikan dan melaporkan hasil. Tahapan penyelenggaraan Survei terhadap penyelenggaraan pelayanan yang didasarkan pada metode dan Teknik yang dapat dipertanggungjawabkan.

### 4. Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipergunakan dalam pelaksanaan kegiatan Penyusunan Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) ini berupa kuisioner tertutup dan terbuka, yang terlebih dahulu diuji keandalan atau reliabilitas pengukurannya. Dalam hal ini digunakan uji reliabilitas dengan teknik Cronbach Alpha. Dalam pengujian validitas data digunakan teknik korelasi bivariate R Pearson. Agar hasil perhitungan statistik dan pengolahan data dalam uji reliabilitas dan validitas memberikan hasil yang

akurat, tepat dan cepat maka digunakan alat bantu komputer Program SPSS 26.0 for Windows: Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.

5. Metode Analisis.

Untuk melakukan survei menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan pengukuran menggunakan Skala Likert. Tingkat kualitas pelayanan di mulai dari sangat baik/puas sampai dengan tidak baik/puas. Pembagian jawaban dibagi dalam 4 (empat) kategori, yaitu:

- a. Tidak baik, diberi nilai persepsi 1;
- b. Kurang baik, diberi nilai persepsi 2;
- c. Baik, diberi nilai 3;
- d. Sangat baik, diberi nilai persepsi 4

Kuesioner yang masuk akan diolah dalam data entri komputer untuk mendapat Survei Kepuasan Pelanggan (SKP)-nya. Nilai SKP dihitung dengan menggunakan “Nilai rata-rata tertimbang” masing-masing variabel Tangibles, dalam menghitung indeks kepuasan pelanggan terhadap 6 variabel pelayanan yang dikaji, setiap unsur pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Bobot Nilai Rata – rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Variabel}}$$

$$\text{Bobot Nilai Rata – rata tertimbang} = \frac{1}{6} = 0,17$$

Untuk memperoleh nilai SKP unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang ( 0,17 ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SKP} = \frac{\text{Total dari nilai Persepsi per variabel}}{\text{Jumlah Variabel yang Diisi}} \times \text{Nilai Penimbang}$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilai SKP yaitu antara 25 -100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SKP Unit Pelayanan} \times 25$$

Selanjutnya dari hasil perhitungan di atas: tabel Nilai Persepsi, Interval SKP, Interval Konversi SKP, Mutu Pelayanan dan Kinerja Perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1  
Mutu Pelayanan dan Kinerja Unit Pelayanan

Nilai Persepsi	Nilai Interval SKP	Nilai Interval Konversi SKP	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	1,00 – 1,2996	25,00 – 64,99	D	Tidak baik
2	2,60 – 3,0640	65,00 – 76,60	C	Kurang baik
3	3,0644 – 3,532	76,61 – 88,30	B	Baik
4	3,5324 – 4,00	88,31 – 100,00	A	Sangat baik

Sumber: *Menpan no 14 tahun 2017*

Selanjutnya tahapan pengolahan data dalam kegiatan Penyusunan Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) di PT Sabre Travel Network Indonesia ini sebagai berikut:

- a. Data isian kuisoner dari setiap responden, dimasukan dalam tabulasi pengolahan mulai dari unsur Variabel 1 sampai dengan unsur Variabel 6.
- b. Untuk mendapatkan nilai rata-rata per unsur pelayanan dan nilai indeks pelayanan sebagai berikut:
  1. Nilai rata-rata per variabel pelayanan: nilai masing-masing variabel pelayanan dijumlahkan sesuai dengan jumlah kuisoner yang diisi oleh reponden, kemudian jumlah nilai masing-masing variabel pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi.
  2. Untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang per variabel pelayanan jumlah rata-rata per variabel pelayanan dikalikan dengan 0,11 sebagai bobot tertimbang.
  3. Nilai indeks pelayanan: nilai ini dicari dengan menjumlahkan 9 variabel dari nilai rata-rata tertimbang.
- c. Tabulasi analisa penilaian sebagai berikut:

Tabel 2  
Analisa Penilaian

No. Urut Responden	Variabel Penilaian					
	V1	V2	V3	V4	V5	V6
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7 dst.						
Jumlah nilai per variabel						
NRR per variabel = Jumlah nilai per u variabel: Jumlah kuisioner yang terisi						
NRR Tertimbang per variabel = NRR per unsur x 0,17						
<b>Nilai SKP</b>						

Sumber: Permenpan no. 14 tahun 2017

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Analisis validitas item bertujuan untuk menguji apakah tiap butir Pernyataan benar-benar telah sah, paling tidak kita dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran. Jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas selengkapnya ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 3  
Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Keterangan
1	Reliabilitas ( $X_1$ )	X1.1	0.831	0.217	0.000	Valid
		X1.2	0.710	0.217	0.000	Valid
		X1.3	0.667	0.217	0.000	Valid
		X1.4	0.519	0.21	0.000	Valid
2	Responsivitas ( $X_2$ )	X2.1	0.695	0.217	0.000	Valid
		X2.2	0.538	0.217	0.000	Valid
		X2.3	0.607	0.217	0.000	Valid
3	Kompetensi ( $X_3$ )	X3.1	0.493	0.217	0.000	Valid
		X3.2	0.307	0.217	0.000	Valid
		X3.3	0.226	0.217	0.000	Valid
4	Courtesy ( $X_4$ )	X4.1	0.576	0.217	0.000	Valid
		X4.2	0.407	0.217	0.000	Valid
5	Credibility ( $X_5$ )	X5.1	0.614	0.217	0.000	Valid
		X5.2	0.589	0.217	0.000	Valid
		X5.3	0.416	0.217	0.000	Valid
6	Tangibles ( $X_6$ )	X1.1	0.698	0.217	0.000	Valid
		X1.2	0.553	0.217	0.000	Valid
		X1.3	0.423	0.217	0.000	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS

Dalam hal ini validitas variabel Pernyataan untuk setiap dimensi servqual dikatakan valid jika korelasi dengan nilai diatas 0,217. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi dari seluruh Pernyataan lebih besar dari nilai korelasi yang telah ditentukan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap Pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dapat dimengerti dengan setuju oleh responden, atau bisa dikatakan data yang diperoleh valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi apakah instrumen pengukur dapat dipercaya atau tidak. Alat ukur memiliki reliabilitas yang tinggi jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif konsisten. Uji reliabilitas dilakukan dengan koefisien *cronbach alpha*. Menurut (Sugiyono 2017) "Item pengukuran dikatakan reliable jika koefisien lebih besar dari 0,6 ". Hasil pengolahan data reliabilitas ada pada lampiran. Ringkasan disajikan pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4  
Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.735	.740	18

Sumber data : lampiran hasil analisa SPSS

Dari hasil perhitungan *SPPS* terlihat bahwa keseluruhan variabel memberikan nilai *alpha Cronbach* diatas 0,735. Nilai *alpha cronbach* adalah diatas batas minimal 0,600, suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,600.

### 3. Perhitungan Nilai Indeks

Untuk lebih jelas mengenai proporsi jumlah berdasarkan rekapitulasi hasil penyebaran kuesioner dengan disertai interview / wawancara terhadap 97 orang yang terjaring sebagai responden dalam memberikan penilaian terhadap masing – masing jawaban *multiple choice* pada kuesioner yang disebarakan dalam rangka menyusun Survei Kepuasan pelanggan terhadap Pelayanan Pengguna Jasa System Sabre dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5  
Hasil Survei Kepuasan Pelanggan (SKP) Pengguna Jasa System Sabre

No. Var	Unsur Penilaian	Kode Indikator	Indikator Penilaian	Jumlah Responden Yang Menilai Pada Skala :				Jumlah Responden	Pembobotan				Total Nilai	Nilai Rata-Rata Per Unsur	Hasil Indeks SKM	Tingkatan Kualitas Pelayanan
				1	2	3	4		1	2	3	4				
1	Reliabilitas	1.1	Mampu membantu agen dalam menangani hambatan internet	0	4	67	26	97	0	8	201	104	313	3,23	80,67	B (Baik)
		1.2	Mampu membantu agen dalam menangani hambatan reservasi	0	8	70	19	97	0	16	230	76	302	3,11	77,84	B (Baik)
		1.3	Mampu membantu agen dalam komunikasi dengan maskapai	0	0	52	45	97	0	0	156	180	336	3,46	86,60	B (Baik)
		1.4	Kemudahan mengoperasikan SR360 System atau jaringan elektronik Sabre	0	0	57	40	97	0	0	171	160	331	3,41	85,31	B (Baik)
2	Responsivitas	2.1	Dapat dihubungi dengan mudah selain melalui komunikasi kantor (misal nomor pribadi,WA, email)	0	0	47	50	97	0	0	141	200	341	3,52	87,89	B (Baik)
		2.2	Layanan setelah jam kantor	0	0	48	49	97	0	0	144	196	340	3,51	87,63	B (Baik)
		2.3	Layanan di hari libur	0	0	45	52	97	0	0	135	208	343	3,54	88,40	A (Sangat baik)
3	Kompetensi	3.1	Pengetahuan dan keterampilan helpdesk	0	9	67	21	97	0	18	201	84	303	3,12	78,09	B (Baik)
		3.2	Pengetahuan dan keterampilan technical	0	4	72	21	97	0	8	216	84	308	3,18	79,38	B (Baik)
		3.3	Ketrampilan tenaga trainer	0	4	56	37	97	0	8	168	148	324	3,34	83,51	B (Baik)
4	Courtesy	4.1	sikap santun, respek, etensi	0	0	14	83	97	0	0	42	332	374	3,86	96,39	A (Sangat baik)
		4.2	Keramahan para karyawan	0	0	28	69	97	0	0	84	276	360	3,71	92,78	A (Sangat baik)
5	Credibility	5.1	Nama perusahaan	0	0	28	69	97	0	0	84	276	360	3,71	92,78	A (Sangat baik)
		5.2	Reputasi perusahaan	0	0	28	69	97	0	0	84	276	360	3,71	92,78	A (Sangat baik)
		5.3	Karakter pribadi karyawan kontak	0	0	17	80	97	0	0	51	320	371	3,82	95,62	A (Sangat baik)
6	6. Tangibles	6.1	Server	0	0	39	58	97	0	0	117	232	349	3,60	89,95	A (Sangat baik)
		6.2	Fasilitas laptop atau PC	0	0	36	61	97	0	0	108	244	352	3,63	90,72	A (Sangat baik)
		6.3	Instalation SR360 System	0	0	33	64	97	0	0	99	256	355	3,66	91,49	A (Sangat baik)
Nilai Indeks Survey Kepuasan Pelanggan (SKP) Pengguna Jasa System Sabre												3,51	87,66	B (Baik)		

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan tabel 5 di atas, hasil penilaian indeks Survei kepuasan pelanggan (SKP) Pengguna Jasa Layanan System Sabre tahun 2020 adalah memiliki nilai indeks SKP mencapai 87,66 dengan nilai rata-rata sebesar 3,51 dengan dengan mendasarkan pada table 5.2 tentang skala layanan public dalam kategori layanan Baik (B).

Meskipun secara umum nilai rekapitulasi SKP terhadap pelayanan di PT Sabre Travel Network Indonesia memiliki kualitas pelayanan dengan skala B (Baik), namun masih terdapat 9 indikator yang dinilai memiliki unsur kualitas / tingkat kepuasan dengan skala A (Sangat Baik), indikator-indikator yang memiliki nilai A (Sangat Baik) adalah:

- Responsivitas* (Var. 2) dengan indikator Layanan di Hari Libur Ind. 2.3) dengan Nilai Indeks mencapai 88,40 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,54

- b. *Courtesy* (Var. 4) dengan indikator Sikap Santu, respek dan atensi Staff PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 4.1), Nilai Indeks mencapai 96,390 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,86
- c. *Courtesy* (Var. 4) dengan indikator Keramahan Staff PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 4.2), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
- d. *Credibility* (Var. 5) dengan indikator Nama Perusahaan PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.1), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
- e. *Credibility* (Var. 5) dengan indikator Reputasi PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.2), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
- f. *Credibility* (Var. 5) dengan indikator Karakter pribadi Karyawan kontak PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.3), Nilai Indeks mencapai 95,62 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,82.
- g. *Tangible* (Var. 6) dengan indikator Server PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.1), Nilai Indeks mencapai 89,95 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,60.
- h. *Tangible* (Var. 6) dengan indikator Fasilitas laptop atau PC PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.2), Nilai Indeks mencapai 90,72 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,63.
- i. *Tangible* (Var. 6) dengan indikator Instalation SR360 System PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.3), Nilai Indeks mencapai 91,49 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,66.

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

- a. Hasil penilaian indeks Survei kepuasan pelanggan (SKP) Pengguna Jasa Layanan Sistem Sabre tahun 2020 adalah memiliki nilai indeks SKP mencapai 87,66 dengan nilai rata-rata sebesar 3,51 dengan kategori layanan Baik (B).
- b. Meskipun secara umum nilai rekapitulasi SKP terhadap pelayanan di PT Sabre *Travel Network Indonesia* memiliki kualitas pelayanan dengan skala B (Baik), namun masih terdapat 9 indikator yang dinilai memiliki unsur kualitas / tingkat kepuasan dengan skala A (Sangat Baik), indikator-indikator yang memiliki nilai A (Sangat Baik) adalah:
  - *Responsivitas* (Var. 2) dengan indicator Layanan di Hari Libur Ind. 2.3) dengan Nilai Indeks mencapai 88,40 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,54
  - *Courtesy* (Var. 4) dengan indicator Sikap Santu, respek dan atensi Staff PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 4.1), Nilai Indeks mencapai 96,390 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,86
  - *Courtesy* (Var. 4) dengan indicator Keramahan Staff PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 4.2), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
  - *Credibility* (Var. 5) dengan indicator Nama Perusahaan PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.1), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
  - *Credibility* (Var. 5) dengan indicator Reputasi PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.2), Nilai Indeks mencapai 92,78 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,71.
  - *Credibility* (Var. 5) dengan indicator Karakter pribadi Karyawan kontak PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 5.3), Nilai Indeks mencapai 95,62 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,82.
  - *Tangible* (Var. 6) dengan indicator Server PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.1), Nilai Indeks mencapai 89,95 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,60.
  - *Tangible* (Var. 6) dengan indicator Fasilitas laptop atau PC PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.2), Nilai Indeks mencapai 90,72 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,63.
  - *Tangible* (Var. 6) dengan indicator Instalation SR360 System PT Sabre *Travel Network Indonesia* (Ind. 6.3), Nilai Indeks mencapai 91,49 (A = Sangat Baik) dengan nilai rata-rata 3,66.

### 2. Saran

Berdasarkan temuan dan hasil analisis dan pembahasan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. PT Sabre Travel Network Indonesia Surabaya perlu bekerja sama dengan *Sabre Head Office* (USA) untuk mendisain system yang ramah dengan bandwidth internet, dengan adanya system yang ramah dengan bandwidth maka masalah Link dengan system airline dapat diminimalisir.
- b. Staff Sabre di daerah perlu mempunyai nomor akses semua staff airline karena hal ini akan berdampak pada kecepatan layanan.
- c. Di harapkan staff PT Sabre NWI di Surabaya untuk selalu memfasilitasi nomor hotline atau *call centre*.
- d. Di dalam training sebaiknya menggunakan Bahasa yang mudah di fahami oleh *staff travel agent* dalam segala usia.
- e. Sebaiknya tenaga technical dapat menjelaskan dengan menggunakan Bahasa teknis yang mudah difahami oleh *staff travel agent* yang tidak mempunyai latar belakang IT.
- f. Sebaiknya *trainer* perlu mendapatkan training yang lebih intensif terkait penggunaan system SR360.
- g. Berdasarkan keluhan dan dasar penilaian dengan pertanyaan terbuka berikut ini juga disarankan untuk meningkatkan layanan kualitas:
  1. Diadakan Pelatihan terhadap *trainer, helpdesk* dan juga *technical*.
  2. Dilakukannya *cross training* antara *helpdesk* dan *technical*. Dalam artian *technical* juga perlu diajari untuk dapat melakukan tugas help desk tingkat I Misalnya: *Reset sign in, Ceck PNR (Passenger Name Record)*, PNR ini adalah kode reservasi yang berfungsi sebagai pengenal unik penumpang dalam system reservasi, Dapat mengecek time limit kode reservasi yang berfungsi sebagai pengenal unik penumpang dalam system reservasi. Sedangkan untuk helpdesk juga perlu diajari untuk dapat melakukan tugas *technical* tingkat I, misalnya: Pengecekan *line internet*, Instalasi SR360, Instalasi *teamviewer* atau *ultraviewer*
  3. Mengoptimalkan pelayanan *call centre* setelah jam kerja dan hari libur.
  4. Pembaharuan data nomor akses semua staff airline yang kemudian dibagikan ke seluruh *staff Sabre* di daerah.

## **DAFTAR RUJUKAN.**

- Anggraini. 2008. "Pelayanan Reservasi Sistem Online Tiket Pesawat Domestik." 27.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.
- Mayasari, Arif. 2011. "Sistem Reservasi Dan Ticketing PT Sriwijaya Air Distrik Solo." *Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Peraturan-Menteri-Pendayagunaan-Aparatur-Negara&Reformasi-Birokrasi. 2017. *Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D)*. Ke-3. edited by S. Suryandari, Yustiyani. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti, and John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis Dasar- Dasar Ekonomi Perusahaan*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suwena, K. ..., and Widyatmaja Ngurah. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen: Teori, Praktik Dan Riset Pendidikan*. Cetakan ke. Jakarta: Bumi Aksara.
- Weinstein, A. 2010. "PhoCusWright Study Finds \$268 Billion of Travel Industry Revenue Powered by Global Distribution Systems." Retrieved.
- <https://glosarium.org/arti-computer-reservation-system-di-travel-perhotelan/>
- <https://caretourism.wordpress.com/2013/06/22/sistem-reservasi-komputer-dan-pariwisata/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Global\\_distribution\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Global_distribution_system)
- <https://www.travelprofessionalnews.com/how-airline-consolidators-can-help-agencies-of-all-sizes-january-2018/>