

INTISARI

Mabruro Tour & Travel merupakan agen perjalanan umroh dan haji dengan setiap bulan rata-rata memberangkatkan jamaah ibadah umroh 3 kali ketika awal bulan, pertengahan bulan dan akhir bulan. Namun di sisi lain Mabruro Tour & Travel menghadapi persaingan yang begitu ketat sehingga perlu dilakukan evaluasi mengenai kualitas layanan Mabruro Tour & Travel. Hasil sigi awal terhadap layanan Mabruro Tour & Travel menunjukkan adanya kecenderungan responden menilai baik terhadap kualitas layanan Mabruro Tour & Travel. Berdasarkan pada perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kualitas layanan di Mabruro Tour & Travel Sidoarjo.

Penelitian ini adalah berjenis riset *deskriptif* karena dalam penelitian ini tidak memuat tentang pernyataan menerima atau menolak hipotesis penelitian. Dimensi dari *Service Quality of Travel Agents* meliputi *Responsiveness, Reliability, Emphaty, Resource & Corporate Image dan Tangibility*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang memperoleh data mengenai penilaian atas *Service Quality* Mabruro Tour & Travel.

Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap *Service Quality* Mabruro Tour & Travel adalah positif. *Tangibility* adalah dimensi yang dipersepsikan paling positif karena dengan nilai rata-rata tertinggi diantara dimensi *Service Quality* lainnya. Sedangkan dimensi *Service Quality* dengan penilaian terendah adalah *Reliability dan Emphaty*.

Kata Kunci: Service, Service Quality, Tour & Travel

ABSTRACT

Mabruro Tour & Travel is a travel agency umrah and Hajj with an average monthly pilgrimage pilgrims despatch times when the initial 3 -month , mid -month and end of the month . But on the other hand Mabruro Tour & Travel competition is so tight that it is necessary to evaluate the quality of service Mabruro Tour & Travel . The results of the initial torch Mabruro Tour & Travel service shows the tendency of respondents rate the better the quality of services Mabruro Tour & Travel . Based on the formulation of the research problem ,the purpose of this study was to describe the quality of service in the Tour & Travel Mabruro Sidoarjo

This study is a descriptive research type because in this study did not contain a statement about accepting or rejecting the hypothesis of the study. Dimensions of Service Quality of Travel Agents include Responsiveness , Reliability , Emphaty , Resource & Corporate Image and tangibility . Sources of data used in this research is the source of primary data collected using a questionnaire research instruments that obtain data on the assessment of the Service Quality Mabruro Tour & Travel.

Overall, respondents' perceptions of Service Quality Mabruro Tour & Travel is positive . Tangibility is the most positive dimension perceived as the highest average value among other dimensions of Service Quality . While the dimensions of Service Quality with the lowest ratings are Reliability and Emphaty .

Key word: Service, Service Quality, Tour & Travel