Bab 5
Analisis

5.1. Analisis Kepuasan Pelanggan Tehadap Pelayanan *Service* GAP 5

Data yang didapat dari hasil penyeberan 20 atribut yang sudah di eliminasi menjadi 16 atribut pernyataan tentang pelayanan dan fasilitas yang disiapkan oleh pihak tour kepada 72 responden tentang tingkat harapan, kenyataan dan tingkat kepentingan pelanggan kepada konsumen atau mahasiswa unjani yang telah mengikuti tour dengan tujuan malaysia, vietnam dan thailand di PT. Jasa Belitung Utama dengan menggunakan 5 indikator dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles*, *Realibility*, *Responsive*, *Emphaty* dan *Asurance.*

Hasil pengumpulan data matriks data mentah kueisioner dalam tingkat harapan, kenyataan dan harapan, diuji dengan menggunakan uji validitas untuk mengetahui atribut pernyataan sudah dinyatakan bisa dipertanggung jawabkan dan sesuai dalam permasalahan dan sesuai dengan yang akan di isi oleh responden. Dari 16 pernyataan pada kueisioner yang disebrakan kepada pelanggan tour PT. Jasa Belitung Utama dinyatakan valid, oleh sebab itu pernyataan tersebut digunakan sebagai alat ukur untuk tingkat pelayanan PT. Jasa Belitung Utama.

Hasil pengolahan data menggunakan *Service quality* menunjukan bahwa pelayanan PT. Jasa Belitung Utama masih belum memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini dilihat dari GAP *score* yang hampir bernilai negatife(-). Dari hasil data ini bisa disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelayanan PT. Jasa Belitung Utama belum semua pelayanannya memuaskan apa yang menjadi harapan kustomer terhadap pelayanan tour.

Tabel 5.1. Atribut Pernyataan Tertinggi Sampai Terendah

Atribut	Pernyataan	GAP
P2	Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup.	-0,94
P9	Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit.	-0,83

P13	Respon pemandu wisata langsung di tanggapi saat ada kritik dan saran.	-0,71
P15	Makanan yang disajikan layak atau halal bagi konsumen	-0,71
P20	Setiap perjalanan customer di berikan sarapan pagi saat di perjalanan	-0,57
P19	Informasi yang disampaikan pegawai mudah dimengerti tiap customer	-0,53
P14	Tour guide dan customer service sabar dalam menerima keluhan konsumen.	-0,51
P3	Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang.	-0,47
P6	Saat dihubungi melalui pesawat telfon Customer service menjelaskan dengan baik.	-0,47
P10	Pengurusan fasilitas pembookingan tour di kerjakan dengan benar dan tepat.	-0,44
P17	Pegawai selalu sopan dalam menjelaskan informasi	-0,44
P11	Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan travel wisata	-0,36
P12	Saat ada konsumen yang sakit pemandu wisata cepat memberi pertolongan	-0,27
P18	Pihak tour mengasuransikan kegiatan jika terjadi kecelakaan	-0,17
P4	Tour guide memakai baju yang sesuai ketika tour.	0

Atribut dalam pelayanan yang memiliki GAP Score terbesar dilihat pada Tabel 4.10. adalah P2 yaitu tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang dengan nilai GAP -0,94, dan GAP *score* paling terkecil adalah P4 yaitu pelayanan Tour guide atau customer service wisata memakai baju rapih saat booking tavel atau travel pariwisata berlangsung yaitu dengan -0,00.

Analisis GAP untuk mengetahui tingkat kenyataan sesuai dengan harapan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup (P2) didapatkan nilai GAP kesenjangan -0,94 nilai ini adalah kesenjangan tertinggi, dinyatakan bahwa harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan yang telah diberikan seharusnya pegawai perusahaan melakukan pembookingan sebelum banyak yang memesan tiket agar konsumen dapat pergi bersamaan sesuai jadwal kepergian.
2. Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit (P9) didapatkan nilai kesenjangan GAP -0,83 nilai ini adalah kesenjangan kedua tertinggi, dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan

agar bisa tercapai pihak perusahaan wajib menegur atau dibuatkan *standart* kerja untuk tiap melayani dalam program tour.

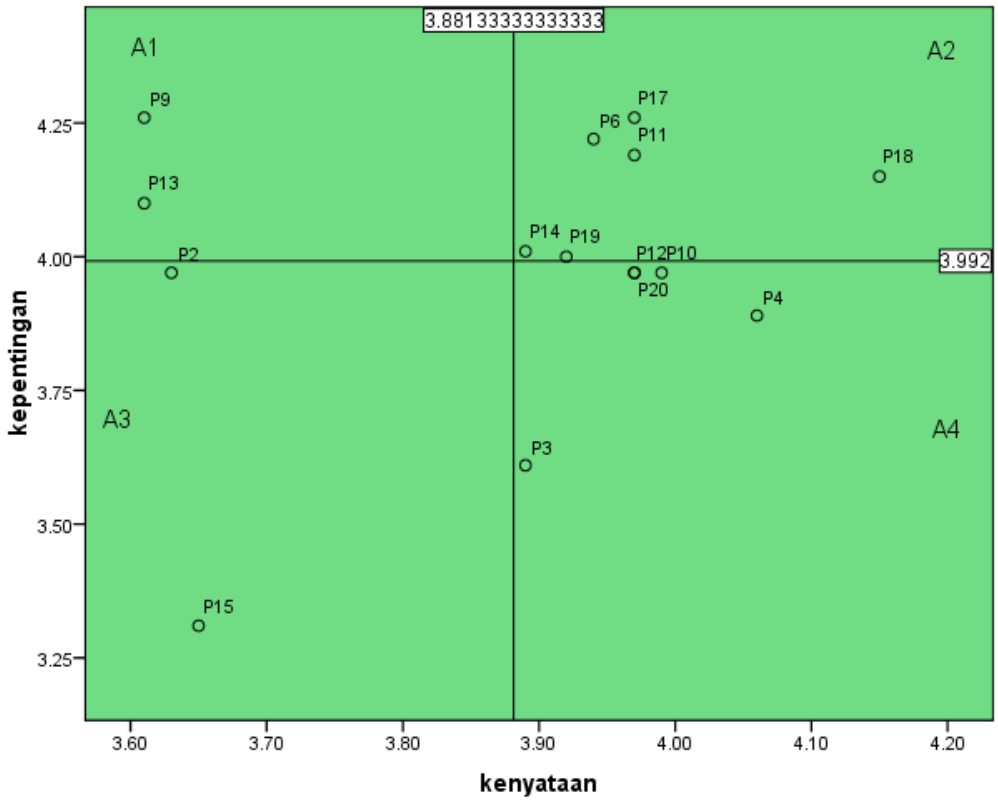
3. Respon pemandu wisata langsung di tanggapi saat ada kritik dan saran (P13) didapatkan nilai GAP -0,71 nilai ini kesenjangan tertinggi ketiga dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan agar bisa tercapai pihak perusahaan wajib menegur atau dibuatkan *standart* kerja untuk tiap melayani dalam program tour.
4. Makanan yang disajikan layak atau halal bagi konsumen (P15) didapatkan nilai GAP -0,57 nilai ini kesenjangan ke empat dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan agar harapan konsumen dapat di capai bila kerja sama dengan tempat makan masih belum bisa memberikan sesuai yang diharapkan PT. Belitung Jasa Utama maka kerja sama dengan yang lebih baik, dan mengganti kerja sama tempat makan sekarang.
5. Setiap perjalanan customer di berikan sarapan pagi saat di perjalanan (P20) didapatkan kesenjangan dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan. Untuk pernyataan ini pihak perusahaan harus menyediakan setiap pagi agar di perjalanan bisa disediakan sarapan pagi.
6. Informasi yang disampaikan pegawai mudah dimengerti tiap customer (P19) didapatkan GAP -0,53 nilai ini kesenjangan dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan perusahaan di tegur agar bisa menyampaikan informasi dengan baik dan mudah dimengerti.
7. Tour guide dan customer service sabar dalam menerima keluhan konsumen (P14) didapatkan GAP -0,51 nilai ini kesenjangan dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan pihak perusahaan menegur pegawai agar tenang dan sabar menghadapai konsumen.
8. Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang (P3) didapatkan GAP -0,47 nilai ini kesenjangan dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan pihak perusahaan harus mengganti kerja sama restoran yang sekarang .
9. Saat dihubungi melalui pesawat telfon Customer service menjelaskan dengan baik (P6) didapatkan GAP -0,47 nilai kesenjangan ini sama dengan

urutan delapan nilai GAP dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan yang harus dilakukan oleh perusahaan melakukan standart kerja saat melayani dipesawat telfon.

10. Pengurusan fasilitas pembookingan tour di kerjakan dengan benar dan tepat (P10) didapatkan nilai GAP -0,44 nilai kesenjangan ini dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai dengan kenyataan maka perusahaan membuatkan standar kerja untuk pembookingan agar pihak konsumen puas dengan pelayanan.
11. Pegawai selalu sopan dalam menjelaskan informasi(P17) didapatkan nilai GAP -0,44 nilai kesenjangan ini dinyatakan harapan konsumen yang tinggi tidak sesuai kenyataan agar bisa tercapai pihak perusahaan wajib menegur atau dibuatkan *standart* kerja untuk tiap melayani dalam menjelaskan informasi.
12. Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan tour wisata (P11) didapatkan nilai GAP -0,36 nilai kesenjangan ini dinyatakan harapan yang lebih tinggi dari tingkat kenytaan agar bisa tercapai pihak perusahaan wajib menegur atau dibuatkan *standart* kerja untuk tiap melayani dalam program tour.
13. Saat ada konsumen yang sakit pemandu wisata cepat memberi pertolongan (P12) didapatkan nilai GAP -0,27 nilai kesenjangan ini dinyatakan harapan yang yang tinggi masih kurang sesuai dengan kenyataan karena nilai kesenjangan hampir menuju harapan maka pihak perusahaan hanya cukup mengingatkan untuk cepat memberi pertolongan apa bila ada yang sakit.
14. Pihak tour mengasuransikan kegiatan jika terjadi kecelakaan (P18) didapatkan nilai GAP -0,17 nilai kesenjangan hampir menuju harapan pengunjung untuk menjamin kesalamatan konsumen karena nilai kesenjangan hampir mendekati harapan pihak perusahaan hanya cukup *check* ulang asuransi tiap perjalanan tour.
15. Tour guide memakai baju yang sesuai ketika tour (P4) didapatkan nilai GAP -0,00 nilai kesenjangan harapan dan kenyataan tidak ada kesenjangan dinyatakan tidak perlu ada perbaikan yang signifikan.

5.2. Analisis *Importance Performance Analiysis* (IPA)

Importance Performance Analiysis (IPA) dilakukan untuk pengembangan dalam strategi manajemen agar lebih efektif dalam memperbaiki kualitas pelayanan dengan menganalisis prioritas perbaikan dengan pemetaan diagram kartesius berdasarkan harpan, kenyataan dan kepentingan konsumen. Berdesarkan hasil analisis *matrix importance performance analysis* hasil pemetaan antara kepentingan dan kepuasan pelanggan. Hasil dari gambar 4.9. Didapatkan 4 kuadran yang menunjukan pernyataan atau atribut mana yang perlu diperbaiki:



Gambar 5.1. Atribut koordinat yang ada di area kuadran

1. Kuadran 1 merupakan yang diangap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan kepentinga konsumen. Di wilayah kuadran 1 perusahaan harus melakukan (*Focus improvement efforts here*) perbaikan. Atribut yang masuk kuadran empat adalah atribut pelayana:
    - Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit (P9) disini pihak perusahaan *Focus improvement efforts here* yaitu focus pada atribut

pernyataan ini dengan melakukan perbaikan dengan cara *standart* kerja pegawai untuk selalu menanyakan apa bila ada yang sakit ketika tour perjalanan berlangsung.

- Respon pemandu wisata langsung di tanggapi saat ada kritik dan saran (P13) disini pihak perusahaan *Focus improvement efforts here* yaitu focus pada atribut pernyataan ini dengan melakukan perbaikan dengan cara *standart* kerja pegawai untuk meningkatkan tingkat *respond* dalam menanggapi kritik dan saran.

2. Kuadran 2 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kenyataannya relatifnya lebih tinggi. Di area kuadran 2 perusahaan harus melakukan (*maintain performance)* Merupakan kualitas pelayanan yang sudah diberikan atribut yang masuk area kuadran 2 adalah atribut pelayanan pada pernyataan:
    - Saat dihubungi melalui pesawat telfon Customer service menjelaskan dengan baik (P6) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi.
    - Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan travel wisata (P11) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi..
    - Tour guide dan customer service sabar dalam menerima keluhan konsumen (P14) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi..
    - Pegawai selalu sopan dalam menjelaskan informasi (P17) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi..
    - Pihak tour mengasuransikan kegiatan jika terjadi kecelakaan (P18) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam

memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi..

- Informasi yang disampaikan pegawai mudah dimengerti tiap customer (P19) dalam pernyataan ini perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan hanya butuh mempertahankan atau lebih baik lagi.

3. Kuadran 3 yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataanya kinerja kurang istimewa. Di wilayah kuadran 3 perusahaan harus melakukan (*medium-low priority*) menjaga usaha yang sudah dilakukan. Atribut yang masuk kuadran 3 adalah atribut pelayanan pada pernyataan:
    - Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup (P2) dalam pernyataan ini perusahaan hanya cukup menjaga usaha yang sudah dilakukan atau meningkatkanya.
    - Makanan yang disajikan layak atau halal bagi konsumen (P15)) dalam pernyataan ini perusahaan hanya cukup menjaga usaha yang sudah dilakukan atau meningkatkanya.
4. Kuadran 4 merupakan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataanya atribut-atribut tersebut dirasakan berlebihan oleh pelanggan. Di area kuadran 4 ini perusahaan harus melakukan (*reduce emphasis*) memantau kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Atribut yang masuk area kuadran 4 adalah pelayanan pada pernyataan:
    - Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang (P3) disini pihak perusahaan hanya cukup memantau fasilitas tempat makan agar selalu cukup dan tidak kekurangan tempat untuk konsumen.
    - Tour guide memakai baju yang sesuai ketika tour (P4) pihak perusahaan hanya cukup memantau setiap baju yang dikenakan oleh pegawai agar tetap sesuai.
    - Pengurusan fasilitas pembookingan tour di kerjakan dengan benar dan tepat (P10) pihak perusahaan tetap melakukan pemantauan dengan cara *check* tiket pembookingan tour.

- Saat ada konsumen yang sakit pemandu wisata cepat memberi pertolongan (P12) pihak perusahaan wajib melakukan pemantauan agar pelayanan atribut ini tidak menjadi masalah karena jika terjadi ada yang sakit pegawai harus cepat memberi pertolongan.
- Setiap perjalanan customer di berikan sarapan pagi saat di perjalanan (P20) pihak perusahaan hanya cukup memantau untuk pemberian sarapan pagi.

Setelah didapatkan gambaran hasil dari *matrix importance performance analiysis* maka atribut pertanyaan yang berada pada area kuadran 1 perusahaan harus melakukan (*focus improvement efforts here*) perbaikan, agar kepuasan pelanggan dapat dicapai dan menjadi acuan perbaikan pelayanan yang menjadi atribut pelayanan atribut pelayanan yang harus di perbaiki adalah atribut pelayanan P9 dan P13. yang menjadi input data matriks perencanaan perbaikan kualitas pelayanan.

5.3. Analisis Gabungan *Importance Performance Analiysis* (IPA) Dan *Servqual* GAP 5

Dalam proses perancangan pelayanan tidak semua atribut pernyataan bisa sekaligus dipenuhi sesuai kebutuhan konsumen, melainkan proses perbaikan harus dilakukan secara bertahap sesuai atribut prioritas pelayanan. Agar strategi bisa dilakukan dengan baik maka nilai kuadran *Importance Performance Analiysis* diurutkan dari nilai yang paling berpengaruh dengan urutan nilai GAP yang sudah di dapatkan nilai atribut dari pernyataan *minus* (-) tertingi hingga terkecil untuk memprioritaskan perbaikan sampai yang sudah dianggap hampir memenuhi harapan.

5.3.1. Analisis Gabungan *Importance Performance Analiysis* (IPA) Kuadran Satu Dengan *Servqual* GAP 5

Kuadran 1 merupakan yang diangap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan kepentinga konsumen. Di wilayah kuadran 1 perusahaan harus melakukan (*Focus improvement efforts here*) perbaikan. Atribut yang masuk kuadran empat adalah atribut pelayana:

- Pemandu selalu bertanya apa bila ada yang sakit (P9) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen sangat penting tetapi didalam kenyataanya tidak sesuai, pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum sesuai dengan harapan dengan nilai kesenjangan GAP -0,83 kesenjangan paling tinggi ke dua, bahwa harapan yang tinggi dari konsumen belum tercapai, maka harapan dan kepentingan yang tinggi belum sesuai dengan kenyataan sehingga perusahaan harus melalukan prioritas perbaikan pada atribut pernyataan ini pada indikator *realibility* dalam variabel perhatian bahwa perhatian tour guide dalam menanyakan kesehatan konsumen belum dilakukan secara maksimal.
- Respon pemandu wisata langsung di tanggapi saat ada kritik dan saran (P13) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen sangat penting tetapi didalam kenyataanya tidak sesuai, pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum sesuai dengan harapan dengan nilai kesenjangan GAP -0,71 kesenjangan paling tinggi ke dua, bahwa harapan yang tinggi dari konsumen belum tercapai, maka harapan dan kepentingan yang tinggi belum sesuai dengan kenyataan sehingga perusahaan harus melalukan prioritas perbaikan pada atribut pernyataan ini pada indikator *responsiveness* pada variable sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan pemandu wisata ditegur saat menanggapi konsumen yang memberikan kritik dan saran.

5.3.2. Analisis Gabungan *Importance Performance Analiysis* (IPA) Kuadran Dua Dengan *Servqual* GAP 5

Kuadran 2 merupakan yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kenyataannya relatifnya lebih tinggi. Di area kuadran 2 perusahaan harus melakukan (*maintain performance)* Merupakan kualitas pelayanan yang sudah

diberikan atribut yang masuk area kuadran 2 adalah atribut pelayanan pada pernyataan:

- Saat dihubungi melalui pesawat telfon Customer service menjelaskan dengan baik (P6) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen penting tetapi didalam kenyataanya tidak sesuai, pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum sesuai dengan harapan dengan nilai kesenjangan GAP -0,45 bahwa harapan yang tinggi dari konsumen belum tercapai, maka harapan dan kepentingan yang tinggi belum sesuai dengan kenyataan sehingga perusahaan harus melalukan perbaikan pada atribut pernyataan ini pada indikator *Tangibles* dalam variabel saran komunikasi agar menegur pegawai bahwa pelayanan pada sarana komunikasi pesawat telfon masih kurang baik.
- Pegawai menjelaskan secara rinci untuk pemesanan travel wisata (P11) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen penting dan sudah sesuai dengan kenyataan begitu juga walaupun harapan konsumen masih lebih tinggi namun dinyatakan hampir mendekati sesuai harapan terbukti pada nilai GAP -0,36 nilai tersebut peringkat ke empat paling kecil nilai kesenjangan GAP.
- Pegawai selalu sopan dalam menjelaskan informasi (P17) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen penting dan sudah sesuai dengan kenyataan namun belum mencapai harapan yang diinginkan konsumen terlihat nilai GAP -0,44 masih tinggi dari nilai kesenjangan harapan masih belum sesuai dengan kenyataan dalam pelayanan.
- Tour guide dan customer service sabar dalam menerima keluhan konsumen (P14) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen sangat penting tetapi didalam kenyataanya tidak sesuai, pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum sesuai dengan harapan dengan nilai

kesenjangan GAP -0,51. bahwa harapan yang tinggi dari konsumen belum tercapai, maka harapan dan kepentingan yang tinggi belum sesuai dengan kenyataan sehingga perusahaan harus melalukan prioritas perbaikan pada atribut pernyataan ini pada indikator *responsiveness* pada variable sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan. Tour guide dan customer service wajib ditegur untuk lebih sabar dalam menerima keluhan konsumen.

- Pihak tour mengasuransikan kegiatan jika terjadi kecelakaan (P18) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen penting dan sudah sesuai dengan kenyataan begitu juga walaupun harapan konsumen masih lebih tinggi namun dinyatakan hampir mendekati sesuai harapan terbukti pada nilai GAP -0,17 nilai tersebut peringkat ke dua paling kecil nilai kesenjangan GAP.
- Informasi yang disampaikan pegawai mudah dimengerti tiap customer (P19) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan namun pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum tercapai dengan nilai kesenjangan GAP -0,53 bahwa harapan konsumen yang tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen.

5.3.3. Analisis Gabungan *Importance Performance Analiysis* (IPA) Kuadran Tiga Dengan *Servqual* GAP 5

Kuadran 3 yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataanya kinerja kurang istimewa. Di wilayah kuadran 3 perusahaan harus melakukan (*medium-low priority*) menjaga usaha yang sudah dilakukan. Atribut yang masuk kuadran 3 adalah atribut pelayanan pada pernyataan:

- Jadwal pemberangkatan pesawat mempunyai waktu yang sama untuk satu grup (P2) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan namun pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini sangat tinggi terlihat pada nilai

kesenjangan GAP -0,94 bahwa harapan konsumen yang sangat tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen.

- Makanan yang disajikan layak atau halal bagi konsumen (P15) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan. namun pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum tercapai dengan nilai kesenjangan GAP -0,71 dengan kesenjangan konsumen tertinggi ke tiga bahwa harapan konsumen yang sangat tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen dan kenyataanya masih kurang baik menurut konsumen.

5.3.4. Analisis Gabungan *Importance Performance Analiysis* (IPA) Kuadran Empat Dengan *Servqual* GAP 5

Kuadran 4 merupakan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataanya atribut-atribut tersebut dirasakan berlebihan oleh pelanggan. Di area kuadran 4 ini perusahaan harus melakukan (*reduce emphasis*) memantau kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Atribut yang masuk area kuadran 1 adalah pelayanan pada pernyataan:

- Tempat makan sesuai dengan kapasitas konsumen yang datang (P3) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen kurang penting dan dalam kenyataan tidak terlalu dirasakan namun pada *service quality* GAP harapan konsumen untuk pelayanan ini masih belum tercapai dengan nilai kesenjangan GAP -0,47 bahwa harapan konsumen yang tinggi namun tidak terlalu penting bagi konsumen.
- Tour guide memakai baju yang sesuai ketika tour (P4) dalam *importance performance analysis* dinyatakan kurang penting oleh pelanggan dan tetapi dalam kenyataan atribut tersebut terlalu dianggap terlalu berlebihan, begitu juga yang ada didalam *servqual* nilai GAP kesenjangan tingkat harapan konsumen dinyatakan cukup dengan kenyataan dengan nilai GAP 0,00.

- Pengurusan fasilitas pembookingan tour di kerjakan dengan benar dan tepat (P10) dalam *importance performance analysis* dinyatakan kurang penting oleh pelanggan dan tetapi dalam kenyataan atribut tersebut terlalu dianggap terlalu berlebihan, namun berbanding terbalik didalam *servqual* nilai GAP kesenjangan tingkat harapan konsumen dinyatakan kurang dengan kenyataan dengan nilai GAP –0,44.
- Saat ada konsumen yang sakit pemandu wisata cepat memberi pertolongan (P12) dalam *importance performance analysis* dianggap oleh kosumen penting dan sudah sesuai dengan kenyataan begitu juga walaupun harapan konsumen masih lebih tinggi namun dinyatakan hampir mendekati sesuai harapan terbukti pada nilai GAP -0,27 nilai tersebut peringkat ke tiga paling kecil nilai GAP.
- Setiap perjalanan customer di berikan sarapan pagi saat di perjalanan (P20) dalam *importance performance analysis* dinyatakan kurang penting oleh pelanggan dan tetapi dalam kenyataan atribut tersebut terlalu dianggap terlalu berlebihan, namun berbanding terbalik didalam *servqual* nilai GAP kesenjangan tingkat harapan konsumen dinyatakan kurang dengan kenyataan dengan nilai GAP –0,57.