

**PENGARUH KUALITAS *SALES EXECUTIVE* DAN *MyKAHA APLICATION*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *KAHA TOURS AND TRAVEL*
PT KARYA HARAPAN SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

LUTVIA TRINANDA PRABAWATI

NIM 20151221047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

**PENGARUH KUALITAS *SALES EXECUTIVE* DAN *MyKAHA APLICATION*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *KAHA TOURS AND TRAVEL*
PT KARYA HARAPAN SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

Oleh :

LUTVIA TRINANDA PRABAWATI

NIM 20151221047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lutvia Trinanda Prabawati

NIM : 20151221047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan karya sendiri bukan hasil plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Bila dikemudian hari terbukti hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 12 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Lutvia Trinanda Prabawati

PERSETUJUAN UNTUK SIDANG SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS SALES EXECUTIVE DAN MyKAHA APLICATION
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KAHA TOURS AND TRAVEL
PT KARYA HARAPAN SURABAYA

Oleh :

Lutvia Trinanda Prabawati

NIM : 20151221047

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 12 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM.

Dosen Pembimbing II



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan di syahkan dihadapan komisi penguji.

**Judul : “Pengaruh Kualitas *Sales Executive* dan *MyKAHA Aplication* terhadap
Kepuasan Konsumen *KAHA Tours and Travel* PT Karya Harapan Surabaya”**

Nama : Lutvia Trinanda Prabawati

NIM : 20151221047

Program studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Rabu/24 Juli 2019

Pukul: 10.00 – 11.00 WIB

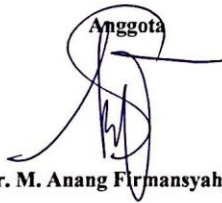
Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Anggota



Dr. M. Anang Firmansyah, MM

Anggota



Anita Roosmawarni, SE.,M.SE

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anna Marina, SE.,M.Si.,Ak.,CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE.,M.SE

MOTO

“Sebesar apapun masalah yang dihadapi, ingat ada ALLAH yang mampu membuatnya menjadi kecil”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua, Ayahanda Edhi Riyanto dan Ibunda S Mifta Fauzia yang selalu memberikan doa, semangat, pengorbanan, dan ketulusan dalam mendampingi disetiap proses perjalanan hidup peneliti.
2. Kedua kakak, Hardiansyah Multatuli dan Putri Rizky Rachmawati yang selalu memberikan do'a, semangat, pengorbanan, dan ketulusan dalam mendampingi disetiap proses perjalanan hidup peneliti.
3. Segenap sahabat dan teman mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya angkatan 2015.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Judul yang peneliti ajukan adalah “**Pengaruh Kualitas *Sales Executive* dan *MyKAHA Application* Terhadap Kepuasan Konsumen *KAHA Tours and Travel PT Karya Harapan Surabaya*”.**

Terselesaikan skripsi ini atas kehendak-Nya tidak terlepas dari adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual. Sehingga pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat peneliti menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

4. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada peneliti.
7. Ayahanda Edhi Riyanto dan Ibunda S Mifta Fauzia selaku Orang Tua, terima kasih atas do'a, semangat, pengorbanan, dan ketulusan dalam mendampingi disetiap proses perjalanan hidup peneliti.
8. Hardiansyah Multatuli dan Putri Rizky Rachmawati selaku Kakak, terima kasih atas do'a, semangat, pengorbanan, dan ketulusan dalam mendampingi disetiap proses perjalanan hidup peneliti.
9. Arnis, Lily, Farah, Amel, Anna, Dena, Lia dan Dian, terima kasih atas dukungan, persahabatan, dan kebersamaan kita yang tak akan terlupakan selamanya.
10. Segenap mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya angkatan 2015, terima kasih atas dukungan, persahabatan, dan kebersamaan kita yang tak akan terlupakan selamanya.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Bagi pihak yang telah membantu semoga segala amal dan kebbaikannya mendapat balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Surabaya, 12 Juli 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
a. Definisi Manajemen Pemasaran	8
2. Pemasaran Jasa	9
a. Definisi Jasa	9
b. Definisi Pemasaran Jasa	9
c. Karakteristik Pemasaran Jasa	10
d. Jenis-Jenis Jasa.....	12
e. Pemasaran Perusahaan Jasa.....	13
f. Bauran Pemasaran Jasa	13
3. Komunikasi Pemasaran	14
a. Definisi Komunikasi Pemasaran	14
b. Bauran Komunikasi Pemasaran	14
4. Perilaku Konsumen	16
a. Definisi Perilaku Konsumen	16
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	17

c. Model Perilaku Konsumen.....	19
5. <i>Sales Executive</i>	19
a. Peran SDM (Sumber Daya Manusia).....	20
b. Indikator Kualitas Pelayanan	21
6. <i>MyKAHA Application</i>	23
a. Definisi <i>E-Commerce</i>	23
b. Jenis-Jenis Transaksi <i>E-Commerce</i>	24
c. Manfaat <i>E-Commerce</i>	27
d. Kelemahan dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	27
e. Indikator Kualitas <i>Website</i>	28
7. Kepuasan Konsumen.....	30
a. Definisi Kepuasan Konsumen	30
b. Indikator Kepuasan Konsumen	31
c. Sikap Konsumen yang Sangat Puas	32
d. Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	33
8. <i>Travel Agent</i>	34
a. Definisi <i>Travel Agent</i>	34
b. Peran <i>Travel Agent</i>	34
B. Hubungan Antar Variabel	36
C. Penelitian Terdahulu.....	37
D. Kerangka Konseptual	43
E. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan Penelitian	45
B. Identifikasi Variabel	45
C. Definisi Operasional.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Populasi dan Sampel.....	49
F. Teknik Pengolahan Data	50
G. Uji Instrumen	51
1. Uji Validitas	51

2. Uji Reliabilitas.....	52
H. Uji <i>Chi Square</i>	53
I. Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Heteroskedastisitas.....	54
3. Uji Multikolinearitas	55
J. Analisis Data	55
1. Uji Regresi Linier Berganda	55
2. Uji Koefisien Determin Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi Berganda (R)	56
K. Uji Hipotesis.....	57
1. Uji t.....	57
2. Uji F.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum KAHA <i>Tours and Travel</i>	59
1. Sejarah Umum KAHA <i>Tours and Travel</i>	59
2. Visi dan Misi KAHA <i>Tours and Travel</i>	60
B. Uji Instrumen.....	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas.....	63
C. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	64
1. Deskriptif Responden.....	64
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang pendidikan dan Pekerjaan	66
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	68
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Men- <i>download</i> Aplikasi MyKAHA.....	69
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
a. Deskripsi Variabel <i>Sales Executive</i> (X1).....	69

b. Deskripsi Variabel <i>MyKAHA Application</i> (X2).....	71
c. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	72
D. Uji Asumsi Klasik	74
1. Uji Normalitas	74
2. Uji Heteroskedastisitas	75
3. Uji Multikolinieritas	76
E. Analisis Data.....	77
1. Uji Regresi Linier Berganda	77
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi Berganda (R)	78
F. Uji Hipotesis	79
1. Uji t.....	79
2. Uji F.....	81
G. Pembahasan.....	82
1. Analisis Kualitas <i>Sales Executive</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Kaha Tours and Travel</i> Surabaya..	82
2. Analisis Kualitas <i>MyKAHA Application</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Kaha Tours and Travel</i> Surabaya	83
3. Analisis Pengaruh Variabel <i>Sales Executive</i> dan <i>MyKAHA</i> <i>Application</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen di <i>Kaha</i> <i>Tours and Travel</i> Surabaya	83
4. Analisis Koefisien Determinan Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi Berganda (R).....	84
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR RUJUKAN	89
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Halaman
2.1	Dimensi <i>Website Quality 4.0</i>	29
3.1	Skor Skala <i>Likert</i>	49
3.2	Nilai-Nilai <i>r Product Moment</i>	52
4.1	Hasil Uji Validitas <i>Sales Executive (X1)</i>	61
4.2	Hasil Uji Validitas <i>MyKAHA Application (X2)</i>	62
4.3	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	63
4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	66
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.9	Hasil Uji <i>Chi Square</i>	67
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Men- <i>Download</i> Aplikasi MyKAHA	69
4.12	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Sales Executive (X1)</i>	70
4.13	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>MyKAHA Application (X2)</i>	71
4.14	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai kepuasan Konsumen (Y)	73
4.15	Hasil Uji Normalitas	74
4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.17	Hasil Uji Multikolinieritas	76
4.18	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinan Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi Berganda (R).....	78
4.20	Hasil Uji <i>t</i>	80
4.21	Hasil Uji <i>F</i>	81

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
1.1	Data Penjualan KAHA <i>Tours and Travel</i> Surabaya Kantor Mayjend Sungkono	3
1.2	Ulasan Konsumen MyKAHA	4
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	19
2.2	Kerangka Konseptual.....	43

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadi, C., & Hermawan, D. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arjana, I. B. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Dewi, C., & Nuryati. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Informatika*, 1(2), 53-64.
- Elhaj, M. R., & Barakeh, M. Z. (2015). *The Impact of E-Commerce on Travel Agencies Profitability in Respect of Size : Evidence from the U.S. Advances in Economics and Business*, 3(10), 436-446.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11 ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jamalludin, A., Sulistiowati, & Lemantara, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual 4.0 pada Website Stikom Career Center (SCC) Surabaya. 5(1), 1-8.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, R. A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin dengan Menggunakan Webqual 4.0. *Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(3), 1151-1160.
- Lam, P., & Cheung, R. (2009). *How Travel Agency Survive in E-Business World ? Communications of the IBIMA Volume 10*, 85.
- Lestari, F. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. 10(1), 87-95.

- Lupiyoadi , R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Muhsin, A., & Zuliestiana , D. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2424-2433.
- Nugroho , A. K., & Sari, P. K. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2930-2937.
- Rosad, & Suparyanto, R. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Saputra , A., & Wongsosudono, C. (2017). Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen Bisnis*, 27(1), 53-62.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being* (11 ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sintya, L. I., Lapian, S.L.H.V.J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi GO-JEK Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. *Manajemen*, 6(3), 1778-1787.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo .

<https://www.mykaha.com>

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

<https://www.tirto.id>