

**ABSTRAK****PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA TOUR AND TRAVEL  
BERDASARKAN PAKET TUJUAN WISATA**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan konsumen Surya Agung Tour yang ditinjau berdasarkan paket tujuan wisata. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2017 di kantor Surya Agung tour Yogyakarta. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Surya Agung Tour. Sampel yang diambil sebanyak 178 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Indeks Kepuasan Konsumen (IKP) yang hasilnya berasal dari hasil Kenyataan dikurangi hasil Harapan dari konsumen-konsumen dan uji *one way* anova. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Surya Agung Tour pada bulan Juli-Agustus 2017 merasa tidak puas dan tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen-konsumen berdasarkan paket tujuan wisata.

Kata kunci : kenyataan (kinerja), harapan, kepuasan konsumen.



## ABSTRACT

### CONSUMER SATISFACTION DIFFERENCES AT SURYA AGUNG TOUR AND TRAVEL SERVICE ACCORDING TO ITS TOUR DESTINATION PACKAGE

This research aims to recognize Surya Agung Tour Consumers diversity viewed from tour destination package. This research had been done in from Juli-August 2017 at Surya Agung Tour Yogyakarta. Data collection is done using questionnaires and documentations. The population of this research are the consumer of Surya Agung Tour. The taken sample is from 178 respondents. Sample collecting technique utilized in this research is *accidental sampling* while data analysis technique utilized in this research in Consumer Satisfaction Index. The result is gained from the total realization that the tour can serve minus the total of consumer expectancy and *one-way Anova* test. The result of the research shows that Surya Agung Tour consumer were unsatisfied and there were no differences in consumer satisfaction according to the tour destination package.

Keyword : *reality (performance), expectancy, consumer satisfaction.*

