

ABSTRAK

PT. Sinar Wisata Abadi (*Widi Tour*) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Biro Perjalanan Wisata yang menyediakan jasa *Tour* dan *Travel* yang lengkap untuk memenuhi setiap kebutuhan *travelers* dengan kualitas terbaik mulai dari *airlines ticketing, travel documents, hotel reservation, tour (domestic, International dan special interest)* dan penyewaan kendaraan wisata. Berdasarkan penelitian di *Widi Tour*, peneliti menemukan masalah dalam kegiatan perusahaan yaitu adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Permasalahan tersebut diduga karena perusahaan belum sepenuhnya melakukan bauran pemasaran jasa secara optimal.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen di *Widi Tour* Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan berupa observasi non partisipan, wawancara terstruktur dan penyebaran angket kepada 80 orang responden dan penelitian kepustakaan. Untuk analisis data digunakan uji analisis skor kumulatif variabel, uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, regresi linier sederhana, analisis korelasi *rank spearman*, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa regresi linear terdapat pengaruh positif bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 63,68 % atau dapat dikatakan pula, bahwa varians yang terjadi pada variabel kepuasan konsumen (Y) 63,68 % ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel bauran pemasaran jasa (X). Sisanya, sebesar 36,32 % ditentukan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian, seperti keadaan ekonomi pribadi, gaya hidup dan kepribadian.

Hambatan yang dihadapi diantaranya sebagai berikut proses pelayanan yang diberikan kurang optimal, tidak adanya tenaga kerja yang berpengalaman dibidang pemasaran atau promosi. Sedangkan usaha yang dilakukan yaitu *Widi Tour* berupaya menarik perhatian konsumen baik dari segi kualitas maupun segi pelayanan. *Widi Tour* berusaha menambah tenaga kerja khususnya di bagian pemasaran dan akan memberikan pelatihan dalam hal strategi promosi dan pemahaman tentang promosi di era modern.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu perusahaan sebaiknya lebih cepat tanggap dalam melayani konsumen, menambah tenaga kerja yang berpengalaman di bagian pemasaran atau promosi, perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan sosial media untuk melakukan penjualan secara *online* yang akan memudahkan konsumen dan lebih banyak memberikan informasi secara jelas dan rinci kepada konsumen terkait tiket promosi maupun program-program baru *Widi Tour*.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa dan Kepuasan Konsumen