

ABSTRAK

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran jasa adalah perusahaan jasa transportasi. Dalam era pembangunan dimana tingkat perekonomian yang mulai meningkat, maka semakin banyak orang melakukan perjalanan baik untuk keperluan bisnis, pribadi, maupun berwisata. Karena banyaknya perusahaan jasa yang menawarkan produknya, maka konsumen akan banyak pertimbangan dalam memutuskan jasa transportasi mana yang akan dipilih. Untuk itu manajemen dari biro perjalanan harus memahami perilaku konsumen pengguna jasa perjalanan, salah satunya adalah Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta.

Skripsi ini berjudul " Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta." yang akan diteliti tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Rumusan masalah penelitian ini, apakah ada atau tidak ada perbedaan antar kepercayaan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang meliputi analisis Indeks Sikap (Fishbein) dan Uji Wilcoxon. Populasi yang diteliti adalah konsumen pengguna jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden orang. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antar kepercayaan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta.