

## ABSTRAK

Banyaknya alternatif pilihan layanan yang disajikan oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang layanan jasa *shuttle travel*, maka kualitas dari jasa yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan jasa *shuttle travel* pun berbeda-beda. Baraya merupakan salah satu perusahaan *shuttle travel* yang mampu memberikan tarif termurah dibandingkan dengan perusahaan penyedia layanan *shuttle travel* lainnya. Namun, tarif yang murah bukan satu-satunya poin yang harus dipertahankan untuk memberikan layanan yang baik pada setiap konsumen Baraya. Kualitas Jasa pun harus dianalisis lebih dalam menggunakan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut mana saja dari setiap dimensi kualitas layanan yang harus dipertahankan dan atribut mana saja yang harus ditingkatkan sesuai dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa dan tingkat kepuasan dari Baraya Travel dengan variabel kualitas jasa yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan wujud. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 385 responden yang merupakan konsumen Baraya Travel.

Hasil dari penelitian ini pada *Importance Performance Analysis* adalah ada beberapa atribut yang harus menjadi prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya oleh Baraya Travel yaitu kesiapan untuk merespon permintaan konsumen dan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen dari Baraya Travel. Kemudian pada hasil dari *Customer Satisfaction Index* menunjukkan bahwa konsumen dari Baraya Travel sudah puas.

**KATA KUNCI:** *Kualitas Jasa, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index*