

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Penerbangan XpressAir Bandung

Rachmat Tri Yuli Yanto - Nefertari
Program Studi D-III Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia
Email : r3yy@yahoo.com Email : tarinefer@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan terhadap pelanggan mempunyai peranan yang sangat penting. Maskapai Penerbangan XpressAir bergerak dalam bidang pelayanan jasa khususnya dalam transportasi udara untuk masyarakat, untuk itu meningkatkan kualitas pelayanan pada Maskapai XpressAir sangat diperhatikan dalam memenuhi pelayanan yang diberikan oleh pihak maskapai. Pemasalahan yang akan diteliti adalah “apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Maskapai Penerbangan XpressAir yang ditinjau dari lima variabel kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan maskapai penerbangan XpressAir. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan maskapai XpressAir dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan maskapai XpressAir dengan sampel sebanyak 50 pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Analisis yang dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Quality of service to customers has a very important role. XpressAir Airlines is engaged in special services in air transportation for the people, therefore improving the quality of service at XpressAir Airlines highly appreciates in fulfilling services provided by related parties. The problem that will oppose is "what is the quality of service that is against customers on XpressAir Airlines in terms of five service quality variables, namely: proving physical, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

Based on the results of the study showed the quality of services received by XpressAir in the good category, this can be seen from the descriptive analysis. The population in this study were customers who received XpressAir with a sample of 50 customers. The technique of data collection is done by questionnaire. The analysis was performed using simple linear regression analysis. The results showed positive and significant service quality to customer satisfaction.

Keywords: service quality and customer satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari persaingan pelayanan, harga, dan promosi yang ditawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik di industri penerbangan cukup besar, hal ini dapat dilihat dari banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut.

Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada saat ini membuat persaingan menjadi sangat ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan jasa penerbangan lainnya berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk dengan keunggulan masing-masing. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Dengan adanya pelayanan

pelanggan yang dilakukan secara optimal akan menciptakan kepuasan pelanggan yang memenuhi harapannya.

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa penerbangan adalah PT. Travel Xpress Aviation Service yang memberikan jasa penerbangan domestik, dan memberikan pelayanan *medium service* kepada penumpang domestik di bagian *check-in counter, boarding gate*, kedatangan penumpang domestik dan lainnya yang berkaitan langsung dengan pelayanan kepada penumpang XpressAir.

Terkait dengan pelayanan, hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah pelayanan penumpang dari bagian pelayanan *check-in* ataupun *boarding gate*, karena baik atau buruknya layanan pada akhirnya akan menimbulkan *image* bagi pihak bandar udara maupun pihak maskapai penerbangan. Untuk mengatasi masalah pelayanan kepada pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang bermacam-macam seperti pelayanan ketepatan waktu, melayani dengan ramah dan lainnya, sehingga dapat menjadikan pelanggan loyal terhadap perusahaan, jika pelayanan yang diberikan buruk maka menurunnya pendapatan di perusahaan tersebut.

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana suatu perusahaan mampu memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan yang menginginkan kepuasan dari apa yang mereka dapatkan dan sesuai yang diharapkannya. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa yang digunakannya.

Maka dengan adanya uraian diatas, akan meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan pelanggan dan kualitas pelayanan maskapai penerbangan XpressAir terhadap kepuasan pelanggan, sehingga mengambil judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di maskapai penerbangan XpressAir Bandung.*"

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat kita jabarkan rumusan masalah pokoknya sebagai berikut :

- a. Bagaimana penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan XpressAir ?
- b. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di maskapai penerbangan XpressAir Bandung?

- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan XpressAir Bandung ?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan XpressAir
- b. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di maskapai penerbangan XpressAir Bandung.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan XpressAir Bandung.

B. Landasan Teori

1. Definisi Pemasaran

Kotler dan Keller (2016:27), *Marketing is a societal proces by which individuals and groups obtain what they need and want trough creating, offering, and freely exchanging product and service of value with other.* Definisi tersebut mendefinisikan bahwa, pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan freering, dan bebas bertukar produk dan jasa.

2. Definisi Jasa

Jasa adalah semua tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Jasa meliputi suatu perbuatan, suatu kinerja dan suatu upaya yang tidak bisa diproses secara fisik.

Menurut Kotler dan Keller (2016:277) adalah sebagai berikut: "jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan apapun".

3. Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar tamu dengan karyawan atau hal-hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk

memecahkan permasalahan pelanggan. Daryanti dan Ismayanto (2014:135)

Menurut Kotler (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2014:7) “kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

1) Dimensi Kualitas pelayanan

Fandy Tjiptono (2014 : 282) menjelaskan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk melihat kualitas layanan seperti berikut ini:

a) Dimensi Tampilan fisik (*Tangible*)

yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

b) Dimensi Keandalan (*Reliability*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.

c) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d) Dimensi Jaminan (*Assurance*) yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

e) Dimensi Empati (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

4. Ground Handling

Menurut Triyuni yang dikutip oleh Ginting (2013 : 5) Tata operasi darat atau *Ground*

Handling adalah “suatu kegiatan di Bandar terkait dengan pelayanan perusahaan penerbangan (*airlines*) terhadap penumpang dan barang / bagasi pada saat keberangkatan (*Departure*) dan kedatangan (*Arrival*). Selain itu juga menangani *Transit, Cancel, Transfer, Delay*”.

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan rasa yang diterima oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan dapat diartikan juga, pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima oleh konsumen (Riyanto, 2014: 9).

Menurut Kotler & Keller (2016:150), “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissapointment that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted*”. Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

a. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Fandy Tjiptono (2016:295) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

3) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

4) Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.

5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Dari beberapa dimensi tersebut, peneliti menarik beberapa faktor yang relevan dengan penelitian ini yaitu : Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dimensi kualitas pelayanan di atas peneliti dapat menyimpulkan faktor atau dimensi yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a) Kinerja

Kinerja tinggi yang dihasilkan oleh karyawan akan membantu perusahaan dalam proses pencapaian tujuannya. kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dengan kinerja yang lebih dapat memberikan kepuasan konsumen.

b) Harapan

Harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.

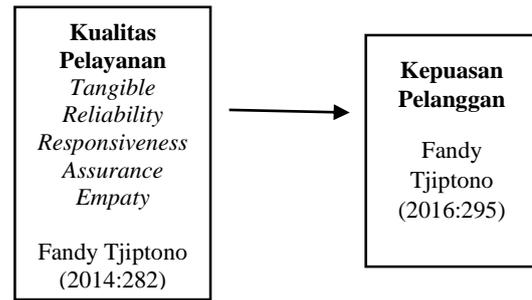
6. Hipotesis

Menurut sugiyono (2013:64) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan yang akan diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan secara teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan dari permasalahan dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya adalah “Pelayanan Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan XpressAir Bandung”.

7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu, maka disusun kerangka pemikiran/paradigma

penelitian untuk penelitian pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

C. Metode Penelitian

1. Rancangan (Disain) Penelitian

Penelitian merupakan usaha untuk menemukan jawaban-jawaban dari persoalan yang ada dengan menggunakan pendekatan ilmiah yang bertujuan meyakinkan kebenaran terhadap penyelesaian suatu masalah.

Dalam rancangan penelitian ini, peneliti menggunakan Deskriptif Kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka mengenai pengaruh pelayanan (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah ditentukan menjadi sampel penelitian, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi.

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2016:38) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait didalam penelitian. Berdasarkan judul yang dipilih oleh peneliti mengenai “Pengaruh Pelayanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Penerbangan XpressAir Bandung”.

Berikut operasional variabel dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan beserta indikator yang digunakan oleh penelitian ini.

- Tangible* : Penampilan karyawan XpressAir, Ketersediaan fasilitas keamanan di kabin pesawat, Perlengkapan peralatan yang berada di check-in atau di boarding.
- Reliability* : Ketepatan waktu penerbangan maskapai, Kesungguhan proses pelayanan

- ground handling, Proses pelayanan pembelian tiket.
- c. *Responsiveness* : Pelayanan yang diberikan oleh karyawan XpressAir dalam masa Check-in dan Boarding, Pelayanan dalam penanganan bagasi, Karyawan yang senantiasa dengan tanggap memberikan informasi yang jelas dan lengkap.
 - d. *Assurance* : Pengetahuan dan kesopanan petugas XpressAir, Fasilitas keamanan XpressAir dapat diandalkan, Memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik kepada penumpang
 - e. *Empaty* : Pelayanan khusus kepada penumpang beresiko (ibu hamil/anak-anak/bayi/lansia), Memberikan bantuan kepada penumpang yang sedang mengalami kesulitan.
 - f. Kepuasan Pelanggan : Kepuasan Menggunakan jasa penerbangan XpressAir (pelayanan yang diberikan), Kesesuaian dengan harapan pelanggan

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80), dalam penelitian kuantitatif populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah pelanggan maskapai penerbangan XpressAir Bandung, dimana tergolong ke dalam kategori populasi infinit, sebab jumlahnya terus berubah dari masa ke masa. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui

b. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81), dalam penelitian kuantitatif sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sanusi (2014:87) sampel merupakan elemen dari populasi yang terpilih, cara untuk memilih atau menyeleksi disebut *sampling*.

Bila populasi besar dan tidak peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling*

purposive adalah teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu, Sugiyono (2015:124). *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan syarat harus memenuhi beberapa pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang ditetapkan pada peneliti ini adalah pelanggan maskapai XpressAir.

Dalam penelitian ini pengambilan jumlah sampel yang dipilih adalah sebagian pelanggan maskapai XpressAir, karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka sampel ditentukan dengan berdasarkan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2015:131), bahwa dalam jumlah sampel penelitian minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini ada lima variabel. Maka jumlah sampel dapat ditentukan : $10 \times 5 = 50$ sampel, jadi penulis mengambil sampel sebanyak 50 responden, dan sampel tersebut masih berada dalam kisaran 30 sampai dengan 500 (Wibisono, 2013:81).

4. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Validitas merupakan sifat yang menunjukkan adanya kemampuan suatu instrumen atau alat ukur untuk dapat mengungkapkan sesuatu yang menjadi pokok sasaran penelitian. Sebuah instrumen yang dinyatakan valid dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen (kuesioner). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016: 52).

Setelah mendapatkan hasilnya langkah selanjutnya yaitu membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel dengan cara apabila *r* hitung lebih besar dari *r* tabel berarti data yang diuji tersebut valid. Begitupun sebaliknya, jika *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel berarti data yang diuji tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas adalah menguji apakah hasil kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari

variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya).

Hasil penelitian yang reliabel terjadi bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:199).

c. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai *Asymptotic (2- tailed)* > alpha (0,05), maka dinyatakan berasal dari populasi berdistribusi normal. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Kita dapat melihatnya dari *Normal Probability Plot* yang membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data yang akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2014:115). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yaitu suatu metode analisis data dengan menggunakan angka-angka agar pemecahan masalah dapat dihitung secara pasti dengan perhitungan matematis.

a. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) “ statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Presentase adalah nilai kumulatif *item* dibagi dengan nilai frekuensinya dikalikan dengan 100%. Jumlah responden adalah 50 penumpang, dan nilai pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif

terbesar = 50 x 5 = 250, dan jumlah kumulatif terkecil = 50 x 1 = 50. Adapun nilai presentase terkecil adalah $(50:250) \times 100\% = 20\%$. Nilai rentang = $100\% - 20\% = 80\%$ jika dibagi 5 skala pengukuran akan didapat nilai interval sebesar 16%. Maka kategori interpretasi skor dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1 Kategori Interpretasi Skor

Hasil	Kategori
Perhitungan	
20% s/d 36%	Sangat Tidak Baik
36% s/d 52%	Tidak Baik
52% s/d 68%	Cukup Baik
68% s/d 84%	Baik
84% s/d 100%	Sangat Baik

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Sugiyono (2017:298) menyatakan bahwa analisis regresi digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan atau menurunkan keadaan variabel independen. Atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya.

Analisis regresi linier sederhana ditunjukkan untuk mencari tahu hubungan antar variabel, seberapa kuat pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = b_0 + b_1X \quad [1]$$

Keterangan :

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = angka Y ketika harga X=0 (harga konstan)

b = angka arah atau penurunan

c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, maka peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan langsung membandingkan antara hasil hitungan signifikansi korelasi rank spearman (rs) dengan alpha, untuk taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau sebesar 0,05.

1) Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan bersama-sama. Dan hipotesis untuk uji F yaitu:

Hipotesis nol (H_0) : Secara simultan tidak berpengaruh yang positif dan signifikan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis alternatif (H_1) : secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Uji T

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara persial dengan variabel dependen. Dan hipotesis untuk uji T yaitu :

(H_0) : tidak ada pengaruh positif di kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

(H_0) : ada pengaruh positif di kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria :

H_0 ditolak H_1 diterima : apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima H_1 ditolak : apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

D. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Masrun menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item, tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk memenuhi syarat adalah $r = 0,3$. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 2 uji validitas X (kualitas pelayanan)

Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
1	0,680	0,3	Valid
2	0,597	0,3	Valid
3	0,599	0,3	Valid
4	0,597	0,3	Valid
5	0,310	0,3	Valid
6	0,680	0,3	Valid
7	0,680	0,3	Valid
8	0,396	0,3	Valid
9	0,554	0,3	Valid
10	0,680	0,3	Valid
11	0,554	0,3	Valid
12	0,395	0,3	Valid
13	0,402	0,3	Valid

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Berdasarkan tabel diatas,dapat dilihat bahwa r hitung yang diperoleh lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dari variabel kualitas pelayanan dinyatakan *valid* apabila nilai korelasi tersebut positif dan besarnya lebih dari 0,3. Hasil pengujian diatas bahwa semua indikator

dinyatakan *valid* untuk dianalisis lebih lanjut. Data hasil uji validitas instrument Kualitas Pelayanan (x) diperoleh informasi bahwa pada kolom *corrected item correlation* berkisar antara 0,395 sampai dengan 0,680.

Tabel 3 Uji Validitas Y (kepuasan pelanggan)

Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
1	0,417	0,3	Valid
2	0,328	0,3	Valid

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Berdasarkan tabel diatas,dapat dilihat bahwa r hitung yang diperoleh lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dari variabel kepuasan pelanggan dinyatakan *valid* apabila nilai korelasi tersebut positif dan besarnya lebih dari 0,3. Hasil pengujian diatas bahwa semua indikator dinyatakan *valid* untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen dalam mengukur konsep. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila *nilai Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai reliabel.

Tabel 4 Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,872	,874	15

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Tabel 5 Nilai Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	x	y
N	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	49,8400
	Std. Deviation	7,98049
		1,68074
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,057
	Negative	-,108
Test Statistic	,098	,140
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}	,015 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Bedasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi untuk X $0,200 > 0,05$ dan Y $0,15 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Artinya nilai residual berdistribusi normal sehingga hasil analisis ini dapat lanjut ke analisis regresi.

4. Analisis Deskriptif

Tabel 6 Tanggapan Responden

No	Pernyataan	skor total	skor ideal	%
1	XpressAir memberikan <i>free</i> bagasi pesawat	183	250	73%
2	Penampilan karyawan yang bersih dan rapi	183	250	73%
3	Fasilitas yang berada di check-in dan boarding lengkap dan memadai	195	250	78%
4	Proses <i>Ground Handling</i> (tiket, check-in, boarding) yang cepat	183	250	73%
5	Penerbangan keberangkatan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan	198	250	79%
6	Menyediakan informasi yang lengkap kepada penumpang	183	250	73%
7	Penanganan masalah pada saat di check-in dan boarding gate XpressAir cepat diselesaikan	183	250	73%
8	Pelayanan dalam memberikan informasi kondisi penerbangan yang jelas dan lengkap (cuaca atau waktu terbang)	200	250	80%
9	Kepercayaan penumpang menggunakan jasa penerbangan XpressAir sudah baik	205	250	82%
10	Karyawan XpressAir memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik	183	250	73%
11	Memiliki fasilitas keamanan yang baik dan aman	205	250	82%
12	Perhatian secara personal (ibu hamil, orang sakit, lansia, anak kecil yang pergi sendiri tanpa orang tua) untuk penumpang dari	208	250	83%

No	Pernyataan	skor total	skor ideal	%
	karyawan XpressAir sudah baik			
13	XpressAir memberikan pelayanan yang maksimal untuk penumpang yang mengalami delay dengan baik	183	250	73%
14	Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak maskapai (pelayanan sebelum keberangkatan)	165	250	66%
15	Puas dengan pelayanan secara personal yang diberikan oleh karyawan XpressAir	192	250	77%

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Bedasarkan dari hasil penelitian, bahwa penilaian responden mengenai kualitas pelayanan maskapai penerbangan XpressAir sudah baik. Hal tersebut dapat dilihat dari analisis deskriptif dari setiap dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan angka yang baik.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,235	,219	1,48570

a. Predictors: (Constant), x

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Bedasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana menggunakan tabel summary. Nilai R square mendapatkan nilai 0,235, artinya nilai kualitas pelayanan (x) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (y).

Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 23,5% sementara sisanya 76,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikasinya beragam, tergantung keinginan peneliti yaitu 0,01 (1%), 0,05 (5%), 0,1 (10%).

Tabel 8 Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,469	1	32,469	14,710	,000 ^b
	Residual	105,951	48	2,207		
	Total	138,420	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Bedasarkan tabel ANOVA diatas diketahui bahwa diketahui F hitung 14,710 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikan ini dibawah dari 0,05, artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan.

b. Secara Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk memenuhi pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen *Tangible (X1)*, *Reliability (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)*, *Empaty (X5)* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 9 Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,456	1,342		1,085	,002
	x	,102	,027	,484	3,835	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data Penelitian Diolah Penulis, 2019

Bedasarkan Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 3,835. Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 3,835 diatas dibandingkan dengan t tabel (df = 48) yaitu 2,406 taraf signifikan 10% , jadi t hitung > t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan kata lain menolak hipotesis nol Ho dan menerima hipotesis alternatif Ha untuk pengujian kedua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Penerbangan XpressAir Bandung”.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Secara keseluruhan, penilaian responden terhadap kualitas pelayanan maskapai penerbangan XpressAir Bandung, yang diberikan oleh perusahaan kepada

pelanggan sudah cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dalam analisis deskriptif dari setiap dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan angka yang baik.

- b. Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di maskapai penerbangan XpressAir Bandung, bahwa sebagian besar berada kategori puas karena pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dalam analisis deskriptif kepuasan pelanggan.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan uji F bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di maskapai penerbangan XpressAir Bandung.

2. Saran

Atas dasar hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh maka penulis mengajukan beberapa saran.

- a. Meningkatkan atau memperbaiki pelayanan Maskapai XpressAir perlu meningkatkan variabel *tangible* (aspek-aspek nyata yang dapat dilihat dalam bentuk fisik), mempertahankan variabel *reliability* (kemampuan untuk menunjukkan dan melaksanakan pelayanan yang di janjikan secara tepat dan dapat dipercaya), pelayanan yang harus tepat waktu, tanpa kesalahan kapan saja pelayanan diberikan serta *responsiveness* (kerelaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat), meningkatkan *assurance* (pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman dan terjamin), meningkatkan *empaty* (perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pelanggan). Dan pihak perusahaan harus memiliki karyawan yang berkompeten dan berkualitas guna melayani pelanggan dengan profesional.
- b. Melakukan peningkatan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari sebuah pelayanan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maskapai

penerbangan XpressAir Bandung dapat melakukan perbaikan yang optimal dan juga menyeluruh terhadap semua aspek atau dimensi yang menyangkut kualitas pelayanan dengan cara melakukan *control* terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

- c. Penelitian ini belum dikatakan sempurna dan masih banyak memiliki kekurangan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut diluar variabel yang diteliti oleh penulis. Langkah-langkah yang diberikan penulis setidaknya bisa menciptakan dan memberikan peningkatan pada kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan yang diberikan mampu memuaskan konsumen maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Referensi :

- [1] Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Manajemen Pemasaran*.
- [2] Catheresia Budianto, J. G. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Domestik. *Manajemen*.
- [3] Cholid, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ekonomi dan Manajemen*.
- [4] Freekley Steyfli Maramis, J. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Ekonomi dan Bisnis*.
- [5] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Mulyivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [6] Hanafiah, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manajemen*.
- [7] Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- [8] Hasrina, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat. *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*.
- [9] I Kadek Wawan Suryawan, O. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Penerbangan Terhadap Kepuasan Penumpang dan Loyalitas Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Wacana Ekonomi*.
- [10] Kotler, P. &. (2016). *A Frame Work For Marketing Management*. England: Pearson Global Edition.
- [11] Kotler, P. &. (2014). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [12] Lily Harjati, Y. V. (Oktober 2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-journal WIDYA Ekonomika*.
- [13] Putri Rahmayanti Tambunan, B. S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. *Manajemen*.
- [14] Shandy Widjoyo Putro, P. D. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen. *Manajemen Pemasaran Volume 2 Nomor 1*.
- [15] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- [17] Sunarti, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Administrasi Bisnis*.
- [18] Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offiser.
- [19] Yarlina, L. (2016). Evaluasi Kinerja Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Sultan Thaha. *Jurnal Penghubungan Udara*.