

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI
PENERBANGAN PT GARUDA INDONESIA AIRLINES
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

Fitria Merdwika Hardi

NIM. 125030101111005



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG
2016**

MOTTO

“Sisipi semua kegiatanmu dengan ***Bismillah*** dan ***Alhamdulillah***”

“Inna ma’al ‘usri yusroo.”

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 6)

“JUST THINK ABOUT HOW FAR YOU’VE ALREADY COME BEFORE YOU THINK ABOUT GIVING UP”

(@thegoodquote)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT.
Garuda Indonesia Airlines Terhadap Kepuasan Konsumen

Disusun oleh : Fitria Merdwika Hardi

NIM : 125030101111005

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Administrasi Publik

Malang, 4 Agustus 2016

Komisi Pembimbing
Ketua

Anggota



Dr. Siti Rochmah, M.Si
NIP. 19570313 198601 2 001



Dr. Leiy Indah Mindarti, M.Si
NIP. 19690524 200212 2 002

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 18 Agustus 2016
Jam : 08.00 – 09.00 WIB
Skripsi Atas nama : Fitria Merdwika Hardi
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang)

Dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Anggota



Dr. Siti Rochmah, M.Si
NIP. 19570313 198601 2 001



Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si
NIP. 19690524 200212 2 002

Anggota



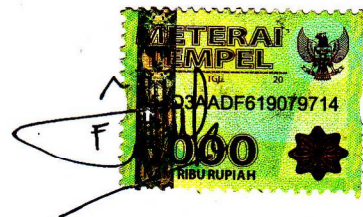
Dr. Ratih Nur Pratiwi, M.Si
NIP. 19530807 197903 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, Agustus 2016



Fitria Merdwika Hardi

125030101111005

RINGKASAN

Fitria Merdwika Hardi, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang), Dr. Siti Rochmah, M.Si ; Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si.. 131+xviii

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam peningkatan kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 72 orang penumpang PT. Garuda Indonesia Airlines yang ada di Bandara Abdulrachman Saleh Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik inferensial dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert dengan 5 pilihan jawaban. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Uji asumsi klasik meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedasitas. Metode analisis data meliputi: Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji Koefisien Determinasi. Uji Hipotesis meliputi Uji t (Parsial).

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $t < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 81,5 % sedangkan sisanya 18,5 % dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. pihak PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang. Serta diharapkan PT. Garuda Indonesia dapat menerapkan variabel kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kulitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

SUMMARY

Fitria Merdwika Hardi, 2016, The Effect of Garuda Indonesia Airlines' Service Quality towards the Satisfaction of Consumers (Study of Abdulrachman Saleh Airport Malang), Dr. Siti Rochmah, M.Si; Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si.. 131+xviii

The objective of this research is to test the effect of Garuda Indonesia Airlines service quality towards the satisfaction of consumers. The quality of service plays a big role in increasing the contentment of passengers. The type of research used in this study is explanatory research with quantitative approach. Seventy-two passengers of Garuda Indonesia Airlines in Abdulrahman Saleh airport Malang are used as samples. To obtain data, the researcher uses the method of questionnaires and documentation. Whereas to analyze data, the researcher uses the method of simple linear regression analysis.

The technique used to acquire samples is Insidental Sampling. In this study, the researcher uses the likert scale with five choices of answers. The instrument tests used in this research are the validity and the reliability test. The classic assumption test consists of the Normality Test, the Multicollinearity Test, and the Heterokedacity Test. The methods of data analysis include Descriptive Analysis, Simple Linear Regression Analysis, Determination Coefficient Test, and Hypothesis Test with t Test (Partial).

The result of the Simple Linear Regression Test shows that the partial service quality has a significant effect towards the satisfaction of consumers, which is showed by the signification value of $t < \alpha$ which is $0,000 < 0,05$. This proves that the Service Quality variable's contribution towards the Satisfaction of consumers is 81,5%, meanwhile the rest, 18,5% are explained by other variables which are not described in this research.

Based on the explanation above, it is shown that all the hypothesis in this research are approved. From this study, it can be concluded that the service quality has a significant effect towards the consumers of Garuda Indonesia Airlines in Abdulrachman Saleh airport Malang. It is hoped that Garuda Indonesia Airlines applies the service quality variable in serving consumers to increase their satisfaction.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction.

Kupersembahkan Karyaku Kepada:

***Kedua Orang Tuaku Tercinta: Papa Hardiyanto dan Mama Ida Atmawati
Kedua Saudara Kakak dan Adikku: Firman Pradita Hardi dan Frilia Shafitri Hardi
Laki-laki di balik layarku Antariksa Bayu Prakoso, serta
Semua Sahabat- Sahabatku***

***Terimakasih untuk setiap doa, kasih sayang, dukungan, waktu, dan motivasi selama
penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.***

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang)**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Mama Ida Atmawati dan Papa Hardiyanto selaku orang tua dari Penulis yang selalu menjadi tujuan utama Penulis dalam mendapatkan gelar sarjana.
2. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Dr. Chairul Saleh, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Dr. Siti Rochmah, M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing, memberi semangat dan dorongan hingga terselesainya skripsi ini.
5. Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing, memberi semangat dan dorongan hingga terselesainya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmunya bagi peneliti.
7. Agung Prabowo selaku General Manager Garuda Indonesia Airlines Branch Office Malang.

8. Irene David selaku Station Manager Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang serta seluruh jajaran pegawai PT. Garuda Indonesia Airlines Branch Office Malang.
9. Untuk Saudara Penulis Firman Pradita Hardi dan Frilia Shafitri Hardi serta untuk semua keluarga dari Penulis. Terimakasih untuk selalu menjadi motivator dalam menyelesaikan studi Penulis.
10. Untuk Keluarga Papa Kustono dan Mama Nurul Laila Anggraini yang telah memberi motivasi serta dukungan kepada penulis.
11. Untuk Mas Antariksa Bayu Prakoso yang telah memberikan semangat, dukungan, doa serta membagi waktunya agar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk Seluruh Gasjek Crew yang telah memberikan semangat kepada Penulis dalam proses pembuatan Skripsi ini.
13. Untuk sahabat- sahabat dekat Penulis Sonya, Citra, Dewi, Nisas, Mardiana, Rachmalia, Bela, Clara, Esti, Idha, Adeline, Niken, Mutia, Lia, Hanif, Adam, Sofandi, Vonda, Alif, Ridho, Yudho, Deca, Freso, Budi, Gilang, Zilma, Luthfi, Ekam yang selalu memberi informasi dan segala dukungan moral untuk menemani Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
14. Seluruh teman-teman Administrasi Publik 2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Terimakasih atas bantuan maupun dukungan yang di berikan sehingga terselesaikan skripsi ini
15. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dalam kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberi manfaat yang besar bagi penulis dan semua pembaca.

Malang,

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
B. Administrasi Publik	13
1. Pengertian Administrasi.....	13
2. Pengertian Administrasi Publik.....	13
3. Kegiatan Administrasi Publik	15
4. Peranan Administrasi Publik.....	16
C. Pelayanan Publik.....	18
1. Definisi Pelayanan Publik	18
2. Asas- asas Pelayanan Publik	20
3. Jenis Pelayanan Publik	21
4. Prinsip-Prinsip Pelayanan Publik.....	23
5. Standar Pelayanan Publik.....	24
6. Indikator Pelayanan Publik	26
D. Kualitas Pelayanan	27
1. Definisi Kualitas Pelayanan	27
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	28

E. Teori Kepuasan Pelanggan	30
1. Definisi Kepuasan Pelanggan	30
2. Mengukur Kepuasan Konsumen	32
F. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
G. Hipotesis	36

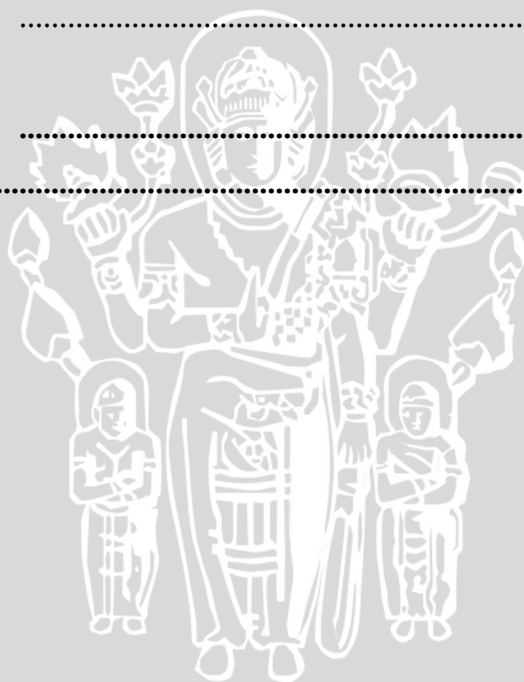
BAB III METODE PENELITIAN 38

A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Skala Pengukuran ...	40
1. Variabel Penelitian	40
2. Definisi Operasional	40
3. Skala Pengukuran	47
D. Populasi, Sampel Teknik Pengambilan Sampel.....	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	48
3. Teknik Pengambilan Sampel	50
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Metode Pengumpulan Data	51
G. Uji Instrumen Penelitian	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	54
3. Hasil Uji Validitas	54
4. Hasil Uji Reliabilitas	56
H. Uji Asumsi Klasik	56
1. Uji Normalitas	56
2. Uji Multikolinearitas	57
3. Uji Heterokedastisitas	57
I. Metode Analisis Data.....	58
1. Analisis Statistik Deskriptif	58
2. Analisis Regresi Linear Sederhana	58
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
J. Uji Hipotesis	59
1. Uji Parsial (Uji t)	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 61

A. Gambaran Umum PT Garuda Indonesia Airlines	61
1. Sejarah Perusahaan	61
2. Visi dan Misi Perusahaan	64
3. Makna Logo Perusahaan	64
4. Struktur Organisasi Perusahaan	67
B. Gambaran Umum Responden	70
1. Gambaran Umum Berdasarkan Usia	70
2. Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	71
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
1. Uji Normalitas	71

2. Uji Multikolinearitas	73
3. Uji Heterokedastisitas	74
D. Analisis Data dan Interpretasi	75
1. Analisis Deskriptif	75
2. Analisis Regresi Linear Sederhana	87
3. Koefisien Determinasi (R^2)	88
E. Hasil Uji Hipotesis	89
1. Uji Parsial (Uji t)	89
F. Pembahasan	90
1. Analisis Deskriptif	90
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	91
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	99



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
Indikator Variabel Penelitian	40
Instrumen Penelitian	47
Hasil Uji Validitas	54
Hasil Uji Reliabilitas	56
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Karakteristik Respondedn Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.3 Hasil Uji Normalitas	72
4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	73
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)	75
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	82
4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	88
4.8 Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)	89
4.9 Hasil Uji Parsial (Uji t)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	34
Model Hipotesis	37
Logo Perusahaan	65
Seragam Awak Kabin	66
4.3 Pesawat Garuda Indonesia	66
4.4 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia	68
4.5 Grafik P-Plot Uji Normalitas	72
4.6 Hasil Uji Heterokodastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Balasan	97
2. Kuisioner	98
3. Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X)	103
4. Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (Y)	109
5. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)	114
6. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	117
7. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)	119
8. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	120
9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	121
10. Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)	122
11. Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas)	123
12. Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Heterokedastisitas)	123
13. Dokumentasi Counter Check-In Garuda Indonesia	124
14. Dokumentasi Konsumen saat mengisi kuisioner	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting untuk sebuah negara baik maju dan berkembang. Sarana tersebut bertujuan untuk memperlancar kegiatan perekonomian, mempererat persatuan sebuah negara, serta memperlancar semua kegiatan masyarakatnya. Menurut Salim (2000) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan (*movement*) dan secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke wilayah atau daerah lain. Pembangunan suatu wilayah membutuhkan jasa angkutan yang harus memadai, tanpa adanya transportasi sebagai sarana yang menunjang mobilisasi maskapai dalam hal ini sebagai sarana dan barang maka sulit mengharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi bagi sebuah negara. Pentingnya sarana transportasi terlihat dari meningkatnya kebutuhan jasa tersebut untuk memudahkan akses masyarakat baik untuk pergi antar kota, antar pulau bahkan ke luar negeri. Transportasi udara adalah salah satu sarana transportasi yang mengalami peningkatan.

Data transportasi dari Kementrian Perhubungan menyebutkan jumlah penumpang pesawat di seluruh bandara di Indonesia hingga Januari 2016 sudah mencapai 49,08 juta yakni 43 juta penumpang domestik dan 67 juta penumpang internasional. Pertumbuhan jumlah penumpang tahun ini diikuti dengan penambahan rute penerbangan komersil domestik menjadi 270 rute pada tahun ini

dari tahun lalu 249 rute. Dalam tiga tahun terakhir jumlah penumpang meningkat pesat. Pada 2014, total penumpang angkutan udara mencapai 63,35 juta orang terbagi atas penumpang domestik 60,19 juta dan penumpang internasional 8,15 juta. Pada tahun lalu, jumlah penumpang mencapai 81,36 juta terbagi atas penumpang domestik 71,42 juta penumpang dan internasional Rp9,94 juta penumpang. Persentase pertumbuhan pada 2014 sebesar 17,06% dengan rincian 16,20% pertumbuhan penumpang domestik dan 23,24% penumpang internasional. Pertumbuhan penumpang di Bandar Udara di tahun 2015, 19,03% yakni 18,64% domestik dan 21,91% pertumbuhan internasional (Businessnews,2016).

PT Angkasa Pura II (Persero), Bandar Udara adalah Lapangan udara, termasuk segala bangunan dan peralatan yang merupakan kelengkapan minimal untuk menjamin tersedianya fasilitas bagi angkutan udara untuk masyarakat, sebagai salah satu alat penunjang adalah transportasi udara di mana Bandar Udara (bandara) dipersepsikan sebagai pintu gerbang masuk ke suatu daerah, wilayah atau negara dan telah menjadi salah satu sarana pokok sektor transportasi udara. Untuk dapat melaksanakan fungsinya, bandara harus ditata secara terpadu sehingga pelayanan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Tata penyelenggaraan yang baik harus sesuai dengan regulasi yang ada yakni pada Keputusan Menteri Perhubungan No. 48 Tahun 2002 tentang Penyelenggaraan Bandar Udara Umum. Bandar Udara sebagai salah satu faktor yang berpengaruh dalam mewujudkan sistem transportasi udara nasional yang andal dan terpadu harus memiliki pelayanan yang baik. Bentuk pelayanan tersebut berupa sarana maupun prasarana yang diberikan pihak pengelola pada saat masih di dalam bandar udara. Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah : "Setiap

tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan publik atau masyarakat tersebut dapat terpenuhi sesuai keinginan publik. Kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak. Ia melekat pada setiap orang secara pribadi maupun kelompok yang bersifat universal. Hak atas pelayanan itu sifatnya universal, berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak itu dan oleh organisasi ataupun yang juga tugasnya menyelenggarakan dalam pelayanan publik.

Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mendefinisikan Pelayanan publik sebagai kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki yang dikelola baik dari pelayanan umum, pengelola transportasi termasuk salah satunya adalah pengelola Bandara Udara.

Bandara selaku penyelenggara sektor transportasi udara dituntut untuk dapat menyediakan fasilitas dan selalu memberikan pelayanan secara optimal. Hal yang termasuk dalam pelayanan bandara terdiri dari ketepatan waktu, kenyamanan dan keselamatan penerbangan. Untuk memenuhi harapan tersebut, pelayanan bandara perlu ditunjang dengan fasilitas dan pelayanan yang handal. Tetapi pada

kenyataannya, kondisi pelayanan dan penyediaan fasilitas bandara masih dirasakan belum mampu memenuhi kepuasan konsumen, masih sering ditemukan keluhan konsumen dalam banyak aspek, seperti kebutuhan tempat parkir yang kurang layak, fasilitas yang tidak bersih, kondisi ruang tunggu yang tidak nyaman, dan peralatan penunjang yang kurang handal dalam penyampaian jasa kepada konsumen (Businessnews,2016).

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan dalam mengelola usaha mempunyai tujuan dan harapan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka untuk menghadapi masalah ini tidak ada jalan lain, selain meningkatkan usaha di bidang pelayanan jasa. Dalam meningkatkan pelayanan diperlukan suatu kualitas dimana pelaksanaan kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan pelayanan (*service*) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. *Service* yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap *service* yang diberikan kepadanya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap *service* yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya. Terdapat lima dimensi dalam mengevaluasi kualitas layanan menurut Parasuraman yang dikutip oleh Simamora (2001:186) meliputi keandalan (*reliability*), berwujud (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (*reliability*), berwujud (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) juga diperlukan dalam pemberian layanan di bidang transportasi udara

oleh aparaturnya pemerintah kepada masyarakat merupakan perwujudan dan fungsi aparaturnya negara sebagai pelayan masyarakat (abdi), konteks ini masyarakatlah sebagai pemakai jasa layanan, sedangkan pemerintah berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing serta menciptakan suasana yang menunjang kegiatan-kegiatan dari masyarakat tersebut. Pada kondisi ini aparaturnya negara dituntut untuk lebih mampu memperbaiki kinerjanya. Dengan demikian, diharapkan adanya peningkatan kualitas pelayanan pada masyarakat khususnya pada bidang transportasi udara.

Di Kota Malang hanya terdapat satu Bandar udara yang beroperasi yaitu Bandara Abdul Rachman Saleh. Bandara ini sedang dikembangkan menjadi salah satu bandara internasional. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan dukungan transportasi pada sektor lain termasuk pariwisata. Mulai awal 2015, bandara ini tercatat mengalami perubahan sejumlah maskapai yang melayani penerbangan domestik (www.kendedes.co.id), diakses pada tanggal 2 Maret 2016). Salah satu maskapai yang melayani penerbangan di Bandara Abdul Rachman Saleh adalah PT. Garuda Indonesia Airlines.

PT. Garuda Indonesia Airlines merupakan maskapai terbaik di tingkat nasional dan internasional dengan mendapat penghargaan sebagai “World’s Most Improved Airlines” dari *Skytrax*. Di tahun 2012 Garuda Indonesia berhasil mencapai pertumbuhan yang signifikan, berkat ekspansi yang konsisten untuk mencapai target “*Quantum Leap 2011-2015*”. Ekspansi yang dilakukan melalui penambahan rute dan frekuensi penerbangan, pengoperasian pesawat- pesawat baru, program efisiensi perusahaan serta peningkatan utilisasi aset, telah memberikan hasil kinerja, baik dalam aspek finansial maupun kinerja operasional.

PT. Garuda Indonesia Airlines mempunyai program Garuda Miles, dimana Garuda Miles, adalah loyalti program dari Garuda Indonesia yang dipersembahkan sebagai penghargaan bagi konsumen, pelanggan setia. Banyak keuntungan dan keistimewaan eksklusif, seperti: konter check-in khusus di airport, kuota bagasi tambahan, prioritas bagasi, prioritas pelayanan untuk reservasi tiket, akses untuk airport lounge Garuda Indonesia, dan penawaran menarik dari partner Garuda Indonesia di seluruh dunia.

Para penumpang yang setia menggunakan jasa penerbangan ini merupakan kelebihan dari pelayanan. Hal ini juga menjadikan salah satu alasan utama konsumen lebih banyak memilih menggunakan jasa transportasi udara Garuda Indonesia Airlines.

Berangkat dari pemikiran di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka perumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang ?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang.

D. Kontribusi Penelitian

Diharapkan melalui penelitian ini dapat dijadikan sebuah acuan kontribusi yang dapat diterima oleh semua pihak terutama pihak yang terkait dalam penelitian ini, dan melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat baik manfaat secara teknis maupun manfaat secara teoritis. Adapun kontribusi yang ingin dicapai adalah:

1. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT Garuda Indonesia Airlines dan Bandara Abdul Rachman Saleh Malang dalam memberikan pelayanan bagi para penumpang atau konsumen.

2. Kontribusi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti, mahasiswa dan orang lain sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempelajari, memperoleh, dan memudahkan gambaran mengenai isi skripsi ini, penulis menyajikan sistematika pembahasan yang dibagi ke dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, diuraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan, serta kontribusi penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori- teori ilmiah yang nantinya digunakan sebagai pedoman dan landasan ilmiah untuk pemecahan masalah. Teori yang digunakan dalam bab ini yaitu kepuasan masyarakat, pelayanan publik, kualitas pelayanan publik, hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, lokasi penelitian yang akan diteliti, variabel dan pengukurannya, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan penyajian data dan analisis serta interpretasi data. Penyajian data-data sesuai dengan masalah yang diteliti. Kemudian, data-data tersebut dianalisis sesuai tujuan penelitian serta masalah yang dihadapi. Hasil analisis diinterpretasikan dan dibuat ke dalam pemecahan masalah.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah di analisis serta saran yang diharapkan bermanfaat sebagai masukan bagi instansi pemerintah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Tri Hastuti Handayani, 2013 dengan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Solo. Metode analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas), analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi). hasil analisis variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015) dengan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan regresi dan korelasi sederhana linear. Hasil penelitian menunjukkan : Tingkat Kualitas Layanan yang diberikan TigerAir Mandala kepada pelanggan adalah

3. baik dan telah berpengaruh positif. Dalam menyediakan penerbangan yang menyenangkan dan berkesan melalui pelayanan yang ramah dan harga yang lebih murah daripada maskapai penerbangan lainnya. Pelanggan setuju Persepsi Harga terhadap TigerAir Mandala adalah sesuai dengan butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Pelanggan TigerAir Mandala puas akan kualitas layanan dan harga yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada TigerAir Mandala.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tri Hastuti Handayani, 2013 dengan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Solo	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Dan Harga Variabel terikat : Kepuasan Pelanggan	Metode analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi). hasil analisis variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	hasil analisis variabel harga tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.	Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015) dengan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala	Variabel bebas : Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Variabel terikat : Kepuasan Pelanggan	Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan regresi dan korealsi sederhana linear	Tingkat Kualitas Layanan yang diberikan TigerAir Mandala kepada pelanggan adalah baik dan telah berpengaruh positif. Dalam menyediakan penerbangan yang menyenangkan dan berkesan melalui pelayanan yang ramah dan harga yang lebih murah daripada maskapai penerbangan lainnya. Pelanggan setuju Persepsi Harga terhadap TigerAir Mandala adalah sesuai dengan butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Pelanggan TigerAir Mandala puas akan kualitas layanan dan harga yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadapKepuasan Pelanggan pada TigerAir Mandala
----	---	--	---	---

B. Administrasi Publik

1. Pengertian Administrasi

Simon dalam Syafi'I (1999:13), mendefinisikan administrasi sebagai kegiatan-kegiatan kelompok kerjasama untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. White dalam Syafi'I (1999:13), mendefinisikan administrasi adalah suatu proses yang umum ada pada usaha kelompok-kelompok, baik dalam ukuran besar maupun kecil. Selanjutnya Siagian (1983:3), mendefinisikan administrasi sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dari beberapa definisi tersebut, maka penulis merumuskan definisi administrasi merupakan pekerjaan yang dilakukan dua orang atau lebih yang terencana dan saling bekerjasama untuk mencapai tujuan atas dasar efektif, efisien, rasionalitas.

2. Pengertian Administrasi Publik

Publik pada dasarnya berasal dari bahasa Inggris "*public*" yang berarti umum, rakyat umum, orang banyak dan rakyat. Nampaknya kata "*public*" diterjemahkan oleh beberapa kalangan berbeda-beda sebagaimana kepentingan mereka. Misalnya, kata "*Public Administration*" diterjemahkan menjadi "Administrasi Negara". Syafi'I (1999:18), mengatakan bahwa publik adalah sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap, dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang mereka miliki. Dengan demikian, definisi tersebut sesungguhnya menjelaskan bahwa publik adalah sekumpulan masyarakat yang berpikir dan bertindak secara benar

serta memiliki rasa kebersamaan yang diwujudkan dalam suatu proses interaksi social yang melahirkan kepentingan masyarakat. Selain itu publik juga berperan sebagai warga Negara yang ikut serta dalam penyelenggaraan Negara.

Chandler dan Plano dalam Keban (2008:3), mengatakan bahwa administrasi publik adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Chandler dan Plano dalam Keban (2008:4) juga menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan seni dan ilmu yang ditujukan untuk mengatur “*public affairs*” dan melaksanakan berbagai tugas yang ditentukan. Administrasi publik sebagai disiplin ilmu bertujuan untuk memecahkan masalah publik melalui perbaikan-perbaikan terutama dibidang organisasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Menurut Nigro & Nigro dalam Syafi’i (1999:24) menerangkan bahwa :

“ Administrasi publik adalah usaha kerjasamakelompok dalam suatu lingkungan publik yang mencakup ketiga cabang yaitu yudikatif, legislatif, dan eksekutif, mempunyai peranan penting dalam memformulasikan kebijakan publik, sehingga menjadi bagian dari proses politik, yang sangat berbeda dengan cara-cara yang ditempuh oleh administrasi swasta dan berkaitan erat dengan beberapa kelompok swasta dan individu dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat.”

Definisi ini lebih menekankan proses instusional yaitu bagaimana usaha kerjasama kelompok sebagai kegiatan publik yang benar-benar berbeda dengan batasan administrasi publik sebagai pemanfaatan teori-teori dan proses-proses manajemen, politik dan hukum untuk memenuhi mandat legislatif, eksekutif, dan yudikatif dalam rangka menjalankan fungsi pengaturan dan pelayanan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Definisi ini menekankan aspek proses

institusional atau kombinasi ketiga jenis kegiatan pemerintah yaitu eksekutif, yudikatif dan legislatif. Pendapat lainnya juga telah dikemukakan oleh Henry dalam Keban (2008:13) yang memberikan batasan bahwa :

“Administrasi publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktek dengan tujuan mempromosikan pemahaman tentang peran pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial. Administrasi publik berusaha melembagakan praktek-praktek manajemen agar sesuai dengan efektifitas, efesiensi dan pemenuhan secara lebih baik kebutuhan masyarakat.”

Dengan demikian, definisi ini melihat bahwa administrasi publik merupakan kombinasi teori dan praktek yang mencampuri proses manajemen.

3. Kegiatan Administrasi Publik

Dalam rangka proses administrasi yang diartikan sebagai pemerintahan dan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati maka, administrasi mempunyai kegiatan bertujuan melayani dan menyelesaikan permasalahan publik seperti yang diungkapkan oleh para ahli sebagai berikut.

“Apa yang dikerjakan di dalam dunia administrasi publik adalah berkenaan dengan jumlah dan jenis yang sangat banyak dan variatif, baik menyangkut pemberian pelayanan di berbagai kehidupan (*public service*), maupun yang berkenaan dengan mengejar ketertinggalan lewat program-program pembangunan. Kegiatan administrasi publik sebagai pemberi pelayanan yang dimaksud terkait dengan memberikan kehidupan yang nyaman bagi warga negaranya demi kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta generasi kedepannya. Kegiatan-kegiatan manusia dalam pembangunan yang semakin kompleks tidak dapat dipungkiri- sering melalaikan etika lingkungan sehingga pemerintah atau para administrator publik menjadi sangat berperan penting untuk mengatur permasalahan publik. Salah satu dari pemberian kenyamanan yaitu dengan membuat kebijakan-kebijakan yang *fair* dan bersifat melayani”. (Keban, 2008:5).

Kegiatan administrasi publik tidak dapat dipisahkan dari kegiatan politik pemerintahan. Dengan kata lain, kegiatan administrasi negara bukan hanya melaksanakan keputusan-keputusan politik pemerintah saja, melainkan juga mempersiapkan segala sesuatu guna penentuan kebijakan pemerintah, bahkan seringkali melibatkan proses pengambilan keputusan politik. (Widjaja, 2005:4). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan administrasi adalah kegiatan pemerintahan yang bertujuan untuk melayani masyarakat, memberikan kenyamanan dan mengutamakan kepentingan masyarakat dari suatu penyelenggaraan pemerintahan yang tidak lepas dari proses politik untuk menghasilkan suatu kebijakan.

4. Peranan Administrasi Publik

Administrasi publik memiliki peran penting bagi para pengambilan kebijakan dalam menentukan strategi pengelolaan pemerintahan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah. Penentuan kebijakan perlu masukan dalam bentuk telaah staf yang berupa hasil identifikasi masalah yang aktual maupun yang potensial tentang penyelenggaraan otonomi daerah, yang akan berdampak pada pengelolaan pemerintah.

Berbagai masalah penyelenggaraan yang muncul, harus menjadi perhatian dan perlu dianalisis serta dievaluasi agar penyelenggaraan otonomi daerah dapat berjalan dengan baik, efisien dan efektif untuk memberikan pelayanan kepada publik. Dalam menjalankan pengelolaan pemerintahan daerah harus disertai dengan tanggung jawab publik sehingga memenuhi harapan masyarakat di daerah. Hal yang sama juga fungsi pengawasan yang dilakukan oleh legislatif dan

masyarakat sehingga perlu transparansi dalam mengelola sumber daya pemerintah daerah. Salah satu aspek penting otonomi daerah adalah pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam proses perencanaan, pelaksanaan, penggerakan dan pengawasan dalam pengelolaan pemerintah daerah dalam penggunaan sumber daya pengelola dan memberikan pelayanan yang prima kepada publik.

Uraian di atas menunjukkan peranan administrasi publik dalam penyelenggaraan otonomi daerah dan pentingnya peranan tersebut. Kebutuhan akan pentingnya administrasi publik, terutama posisinya dalam penyelenggaraan otonomi daerah menjadi semakin penting pada saat kita memasuki otonomi daerah yang telah dicanangkan pada tanggal 1 Januari 2001. Otonomi daerah semakin dituntut dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kesejahteraan umum.

Pada saat ini dalam penyelenggaraan otonomi daerah pemerintah dan daerah secara terus menerus mengupayakan peran yang seimbang (kewenangan) sebagai pencerminan demokrasi. Untuk itu diperlukan pengkajian, penyempurnaan, dan penyesuaian yang berkelanjutan. Cara-cara penyelenggaraan pemerintah baik di pusat maupun di daerah dalam rangka mewujudkan pelayanan publik dan kesejahteraan umum. Dengan demikian, “peranan administrasi publik tidak cukup hanya dalam konsep dan teori semata, tetapi benar-benar dapat mewujudkan suatu disiplin ilmu (ilmu administrasi) yang mampu memecahkan masalah yang semakin kompleks dan rumit, khususnya dalam pelaksanaan penyelenggaraan otonomi daerah” (Widjaja, 2005:4). Dari paparan di atas dapat

disimpulkan bahwa peran administrasi publik sangat diperlukan untuk keseimbangan wewenang dalam rangka otonomi daerah yang bertujuan pada pelayanan dan kesejahteraan umum sebagai salah satu bentuk pencerminan negara demokrasi.

C. Pelayanan Publik

1. Definisi Pelayanan Publik

Pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemberian layanan oleh penyedia layanan kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan. Di dalam bidangnya, pelayanan publik merupakan kajian ilmu administrasi publik yang pada praktiknya merupakan pokok penting dari masyarakat dan menjadi salah satu indikator di dalam memberikan penilaian bagaimana suatu pemerintahan sebagai organisasi birokrasi dapat menjalankan fungsinya. Karena pada dasarnya birokrasi publik dihadirkan untuk memberikan pelayanan publik kepada masyarakat.

Menurut Kepmenpan No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 dalam Sinambela (2006:5) Pelayanan publik dapat diartikan sebagai segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dari penjelasan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan sendiri pada dasarnya merupakan serangkaian kegiatan yang tujuannya adalah meningkatkan atau memberikan kepuasan akan kebutuhan penerima layanan.

Sedangkan menurut bab I pasal 1 ayat 1 UU No. 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yaitu “Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atau barang, jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”.

Sementara menurut Alamsyah (2011:357) “Pelayanan publik merupakan sebagai aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah, individu, kelompok, organisasi dan yang lainnya (the others) yang bersinggungan dengan kepentingan keseluruhan populasi penduduk”. Yang dapat disimpulkan oleh penulis yakni merupakan aktivitas yang dilakukan oleh institusi pemerintah sesuai dengan perundang-undangan dengan tujuan pemenuhan dan pemfasilitasi kebutuhan publik. Menurut Moenir dalam Hardiansyah (2011:18) berpendapat bahwa pelayanan publik sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usahanya memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan hak nya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa definisi dari pelayanan publik adalah suatu bentuk usaha pelayanan pada sektor publik yang dijalankan oleh penyedia pelayanan publik yakni organisasi publik. Pelayanan publik dalam bentuk barang maupun jasa yang bertujuan untuk melayani masyarakat yang membutuhkan pelayanan namun secara keseluruhan penyedia

layanan harus tetap memperhatikan aturan-aturan yang berlaku. Pelayanan publik melalui sistem, prosedur dan metode yang telah berlaku di masyarakat.

2. Asas-Asas Pelayanan Publik

Dalam melaksanakan pelayanan publik, instansi penyedia pelayanan harus memperhatikan asas-asas pelayanan yang telah tercantum dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, antara lain:

- a. **Transparansi.** Penyedia pelayanan harus bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak, disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. **Akuntabilitas.** Pelayanan publik harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan pada perundang-undangan.
- c. **Kondisional.** Penyedia pelayanan publik harus sesuai dengan kondisi dan kemampuan penyedia dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d. **Partisipatif.** Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. **Tidak Diskriminatif.** Penyedia pelayanan publik tidak boleh bersifat diskriminatif, dengan maksud tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, status sosial, dan ekonomi penerima pelayanan.
- f. **Keseimbangan Hak dan Kewajiban.** Penyedia dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak. (Mahmudi, 2007:218)

Jadi pada hakekatnya penyedia pelayanan wajib sifatnya untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan selalu memperhatikan asas-asas pelayanan publik tersebut. Asas-asas pelayanan publik diperlukan sebagai pedoman dalam pelaksanaan pelayanan karena harus dilihat asas pelayanan publik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kemudian Tjandra

(2005:12) menyebutkan bahwa ketulusan dan integritas pelayanan berazaskan pada hal-hal yang melekat pada pelayanan prima antara lain:

- a. Keramahan, kesopanan, perhatian dan persahabatan dengan orang yang membutuhkan pelayanan
- b. Kredibilitas dalam melayani pelanggan, berpedoman pada prinsip ketulusan dan kejujuran dalam menyajikan jasa pelayanan yang sesuai dengan komitmen pelayanan yang menempatkan pelanggan pada urutan nomor satu.
- c. Akses, maksudnya seorang apartur yang tugasnya melayani pelanggan, mudah dihubungi baik langsung maupun tidak langsung
- d. Penampilan fasilitas pelayanan yang dapat mengesankan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan
- e. Kemampuan dalam menyajikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan (waktu, biaya, kualitas dan moral)

3. Jenis Pelayanan Publik

Dalam kegiatan pelaksanaan pelayanan publik dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu: (Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003)

- a. Pelayanan Administratif yaitu jenis pelayanan yang diberikan unit pelayanan kepada masyarakat yang menghasilkan bentuk dokumen resmi. Misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya. Contoh dokumen-dokumen tersebut antara lain Kartu Tanda Penduduk (KTP), Akte Kelahiran, Akte Pernikahan, Akte Kematian, Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Ijin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Kendaraan Bermotor (STNK), Ijin Mendirikan Bangunan (IMB), Paspor dan sebagainya.

- b. Pelayanan Barang, yaitu pelayanan yang diberikan unit penyedia layanan kepada masyarakat berupa kegiatan penyedia dan atau pengolahan barang berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampainnya kepada konsumen langsung dalam satu sistem. Secara menyeluruh semua kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda yang terlihat fisik. Contoh yaitu pelayanan listrik, pelayanan air dan sebagainya.
- c. Pelayanan Jasa, yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit penunjangnya berupa penyediaan sarana dan prasarana serta fasilitas yang dapat menunjang lainnya. Secara menyeluruh pelayanan tersebut menghasilkan produk berupa jasa yang dapat memberikan manfaat bagi penerimanya secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu. Contoh jenis pelayanan ini yaitu pelayanan angkutan darat, laut dan udara, pelayanan kesehatan, pelayanan pengiriman barang, pelayanan pos dan sebagainya.

4. Prinsip-Prinsip Pelayanan Publik

Prinsip-prinsip pelayanan publik menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik antara lain:

- a. Kesederhanaan prosedur pelayanan yang diselenggarakan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
- b. Kejelasan, hal ini mencakup antara lain:
 - 1) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik.

- 2) Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan yang ada.
 - 3) Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- c. Kepastian waktu, dalam pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
 - d. Akurasi, produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.
 - e. Keamanan, proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
 - f. Tanggung jawab, pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan.
 - g. Kelengkapan sarana dan prasarana, sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk sistem TI dan telekomunikasi.

Dengan demikian untuk penyelenggaraan pelayanan publik dalam rangka memberikan pelayanan terhadap masyarakat harus memperhatikan dengan teliti serta berpedoman pada prinsip-prinsip pelayanan publik. Dimana terdapat kesederhanaan, kejelasan, tanggung jawab dan kelengkapan sarana dan pelayanan. Pelayanan jasa publik diharapkan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi masyarakat.

5. Standar Pelayanan Publik

Standar pelayanan publik adalah suatu tolak ukur yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen dari penyelenggara pelayanan kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Hardiansyah (2011) dalam Fahmi Rezha (2013) bahwa setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan, sebagai jaminan adanya kepastian bagi pemberi di dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya dan bagi penerima pelayanan dalam proses pengajuan permohonannya. Adapun sejauh ini standar pelayanan publik menurut keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, meliputi:

a. Prosedur Pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan

b. Waktu Penyelesaian

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.

c. Biaya Pelayanan

Biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

d. Produk Pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

e. Sarana dan Prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik

f. Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

6. Indikator Pelayanan Publik

Indikator pelayanan publik merupakan tolak ukur pemerintah dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap semua masyarakat yang bisa disebut pelanggan atau konsumen. Fitzsimmons dan Fitzsimmons dalam Budiman (2006:7) mengemukakan pendapatnya bahwa terdapat lima indikator pelayanan publik yang dapat dikaji, yaitu:

- 1) *Tangibles* (bukti langsung), ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Dalam indikator ini perusahaan harus dapat menunjukkan penampilan serta kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan diikuti dengan keadaan lingkungannya adalah merupakan bukti nyata yang diberikan penyedia layanan kepada pelanggan.
- 2) *Reliability* (kehandalan), ditandai dengan pemberian pelayanan yang tepat dan benar. Dalam indikator ini kinerja yang diberikan pelaku penyedia layanan harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan yang mencakup seperti ketepatan waktu, pemberian pelayanan yang sama atau tidak membedakan kepada semua pelanggan, serta sikap simpatik.

- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), ditandai dengan keinginan melayani konsusmen dengan cepat. Dalam hal ini pihak penyedia layanan harus mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat diikuti dengan penyampain informasi yang jelas supaya pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) *Assurance* (jaminan), ditandai dengan tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan. Para penyedia pelayanan harus memiliki sikap kesopansantunan, pengetahuan yang sesuai dalam memberikan pelayanan publik agar mampu menjawab semua pertanyaan serta keluhan dari setiap pelanggan.
- 5) *Empathy* (empati), ditandai dengan tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Maksudnya yaitu penyedia layanan dengan niat pribadi harus mampu memberikan perhatian secara tulus yang bersifat individu kepada para pelanggan yang bertujuan untuk memahami setiap keinginan dari pelanggan.

D. Kualitas Pelayanan

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms, sebagaimana dikutip Tjiptono (2008:85) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat

layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Sedangkan menurut Kotler & Keller, sebagaimana dikutip Tjiptono (2001:61) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah:

“Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa”.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan atau organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Perusahaan atau organisasi tersebut harus mampu berupaya menyediakan produk atau jasa dengan layanan yang lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan nampak dari tanggapan- tanggapan para konsumen, yang dihasilkan dari perbandingan konsumen atas pelayanan yang mereka alami dengan pelayanan yang mereka harapkan. Dalam jangka panjang hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk melayani dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml dkk (1990), Kualitas Pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu *Tangibel* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness*

(Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Masing- masing dimensi memiliki indikator- indikator sebagai berikut:

Untuk dimensi Tangibel (Berwujud), terdiri atas indikator:

- a. Penampilan Petugas/ Aparatur dalam melayani pelanggan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas/ aparatur dalam melakukan pelayanan
- e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
- f. Penggunaan alat bantu pelayanan

Untuk dimensi Reliability (Kehandalan), terdiri atas indikator:

- a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
- c. Kemampuan petugas/ aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat batu dalam proses pelayanan

Untuk dimensi Responsiveness (Daya Tanggap), terdiri atas indikator:

- a. Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
- c. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
- d. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
- e. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas

Untuk dimensi Assurance (Jaminan), terdiri atas indikator:

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

Untuk dimensi Empathy (Empati), terdiri atas indikator:

- a. Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah
- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

E. Teori Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut pendapat Richard Oliver dalam Handi Irawan (2003) Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Sedangkan menurut pendapat Handi Irawan (2003) kepuasan adalah sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa (2011) Kepuasan dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang

diterima dan yang diharapkan. Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

- a) Kualitas Produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b) Kualitas Pelayanan. Pada industri jasa, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
- c) Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.
- d) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e) Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/ jasa cenderung puas terhadap produk/ jasa ini.

Pengertian pelanggan menurut Webster 1928 Dictionary 2 dalam Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa (2011) “one of frequents any place of sale for the sake of purchasing goods or wares” yaitu Pelanggan adalah seseorang

yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya. Kotler dkk (1999:51) alih bahasa Bakowatun berpendapat : “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya”. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Konsumen bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, Konsumen akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, Konsumen akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, Konsumen akan sangat puas, atau bahagia.

2. Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dkk (1999:53) alih bahasa Bakowatun Alat-alat yang digunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Banyak perusahaan yang menyediakan formulir bagi para tamu untuk menyampaikan apa yang mereka sukai dan tidak sukai.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan ketidakpuasan

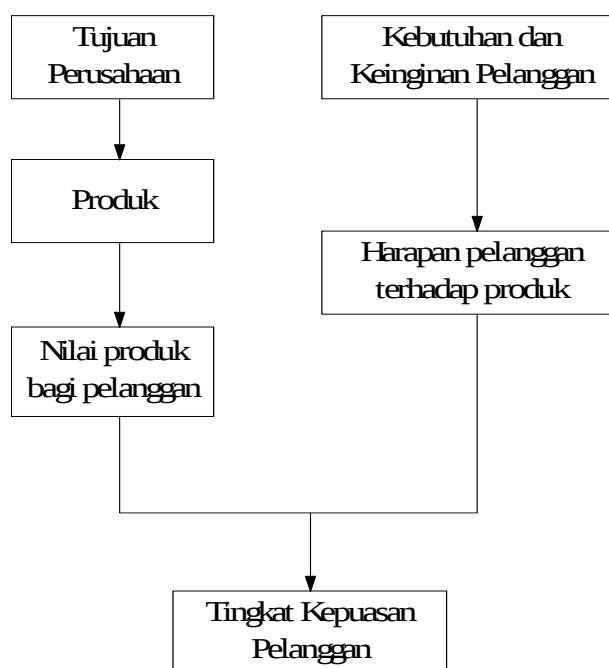
Konsumen. Dengan adanya survei akan menunjukkan apakah perusahaan itu pelayanannya buruk atau sebaliknya.

c. *Ghost Shopping*

Cara lain untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelayanan adalah mempekerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan hal-hal positif (kekuatan) maupun hal-hal negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk-produk pesaing. Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan Konsumen. Day (dalam Fandji Tjiptono, 2001) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan Konsumen adalah respon Konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel et. al (dalam Fandi Tjiptono, 2001) mengungkapkan bahwa kepuasan Konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan Konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan Konsumen. Sedangkan pakar pemasaran Kotler (dalam Fandji Tjiptono, 2001) menandakan bahwa kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Ada kesamaan diantara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan).

Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi Konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Secara konseptual, kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Konsumen

Sumber : Fandy Tjiptono (2001:147).

F. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Banyak akademisi dan peneliti yang sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (*encounter*) yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja

perusahaan dalam jangka panjang. Akan tetapi, hubungan antara kedua konsep tersebut kerap kali belum jelas. Sejumlah peneliti melontarkan isu seputar apakah kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang sama atau berbeda.

Disatu sisi, beberapa pakar meyakini bahwa kepuasan pelanggan menimbulkan kualitas jasa. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas jasa sepanjang waktu. Di sisi lain, sekelompok pakar lainnya menegaskan sebaliknya. Kualitas jasa merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah kedua kelompok itu diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu. Sementara itu, ada pula yang menyatakan bahwa kualitas jasa dan kepuasan pelanggan ditentukan oleh atribut yang sama.

Salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Dasar pemikirannya seperti dikemukakan oleh Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2005 : 209) yaitu:

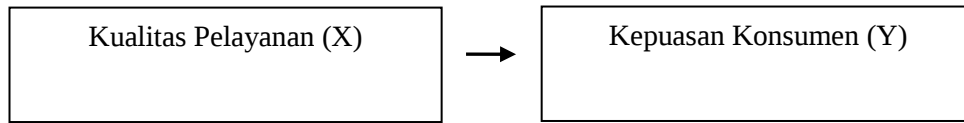
- a. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.
- b. Interaksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.
- c. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.
- d. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

Dari definisi yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas antara kepuasan pelanggan dan kualitas jasa diintegrasikan dengan cara menentukan dua konsep *perceived quality*, yaitu *transaction-specific quality* (mutu dan kualitas) dan *relationship quality* (kualitas hubungan). *Perceived transaction-specific quality* (persepsi kualitas) diperlakukan sebagai komponen kinerja spesifik pada transaksi tertentu dalam model kepuasan pelanggan kontemporer. Ini menyiratkan bahwa *transaction-specific satisfaction* (kepuasan dalam transaksi) merupakan fungsi dari *perceived transaction-specific performance quality* (persepsi kualitas kinerja). Sebaliknya, *perceived relationship quality* (kualitas hubungan) diasumsikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas jasa.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui riset. Dikatakan jawaban sementara karena hipotesis pada dasarnya merupakan jawaban dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah, sedangkan kebenaran dari hipotesis perlu diuji terlebih dahulu melalui analisis data (Suliyanto, 2009:53).

Adapun Model Hipotesis dalam penelitian ini dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 2.2
Model Hiptesis

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan Model Hipotesis dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

Menurut Narbuko (2007:1), metodologi penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan “logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporannya. Menurut Sugiyono (2011:2) “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan (*explanatory research*), dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara masing-masing variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Menurut Zulganef (2008:11) penelitian *Explanatory* adalah penelitian yang bertujuan menggali/mencari variabel-variabel atau faktor-faktor yang terdapat pada suatu fenomena/kondisi/setting sosial tertentu. Singarimbun dan Effendi

(2006:5) menjelaskan “Antara variabel-variabel penguraian hipotesis, maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (*explanatory research*)” .

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan dan pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Arikunto (2006:12) menyatakan bahwa sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistik.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti untuk melakukan penelitian. Peneliti akan menggambarkan dan mendeskripsikan keadaan sebenarnya dari obyek yang akan diteliti. Lokasi dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi pada PT. Garuda Indonesia Airlines yang terletak di Bandara Abdulrachman Saleh Malang dengan alamat Jalan PT. Garuda Indonesia Airlines merupakan BUMN yang bergerak dalam bidang jasa, dimana memerlukan pengukuran kualitas pelayanan bagi para konsumen yang menggunakan jasa. Komodor Udara Abdulrachman Saleh Malang. Bandara ini sedang dikembangkan menjadi salah satu bandara internasional.

Hal ini bertujuan untuk meningkatkan dukungan transportasi pada sektor lain termasuk pariwisata.

C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:38), “Variabel yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya” . Berdasarkan pendapat diatas maka pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Variabel Bebas dan Variabel yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2011: 39). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah: kualitas pelayanan.
- b. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011:

39). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

2. Definisi Operasional

Aritonang (2007:116) menjelaskan, “Definisi operasional variabel penelitian berisi semua kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data empiris-kuantitatifnya; merupakan spesifikasi mengenai apa yang akan diukur dan bagaimana mengukurnya. Sedangkan Menurut Zulganef (2008:84) definisi operasional adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur. Jadi, inti dari definisi operasional adalah apa saja yang dilakukan untuk memperoleh data mengenai suatu variabel. Untuk membatasi lingkup penelitian ini dan menyamakan persepsi tentang batasan variabel yang digunakan, maka berikut diuraikan mengenai variabel yang digunakan :

Tabel 3.1
Indikator Variabel Penelitian

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item
1.	Kualitas Pelayanan Publik	Kualitas Pelayanan (X)	<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	1. Penampilan Petugas/ Aparatur dalam melayani pelanggan 2. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan 3. Kemudahan dalam proses pelayanan 4. Kedisiplinan petugas/ aparatur dalam melakukan pelayanan 5. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan 6. Penggunaan alat bantu pelayanan
			<i>Reliability</i> (kehandalan)/	1. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan 2. Memiliki standar pelayanan yang jelas

				3. Kemampuan petugas/ aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan 4. Keahlian petugas dalam menggunakan alat batu dalam proses pelayanan
			<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	1. Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan 2. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan cepat 3. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan tepat 4. Petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan cermat 5. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
			<i>Assurance</i> (jaminan)	1. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan 2. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan 3. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan 4. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
			<i>Empathy</i> (empati)	1. Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan 2. Petugas melayani dengan sikap ramah 3. Petugas melayani dengan sikap sopan santun 4. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif 5. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan
2.	Kepuasan	Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Produk	1. Kondisi pesawat yang ada 2. Fasilitas yang modern 3. Pilot yang berpengalaman
			Kualitas Pelayanan	1. Kepuasan pelayanan karyawan (Etika, Tata Krama) 2. Kepuasan akan kerapian karyawan 3. Kepuasan akan kecepatan karyawan dalam menangani pelanggan
			Emosional	1. Kebebasan pelanggan dalam

				membandingkan dengan jasa yang lain 2. Mendapatkan rekomendasi dari keluarga atau teman 3. Rasa gengsi yang tinggi dengan memilih salah satu produk jasa
			Harga	1. Harga tiket yang mahal 2. Harga tiket bersaing dengan penerbangan lain 3. Kesesuaian Harga dengan fasilitas yang ditawarkan
			Biaya	1. Tidak ada biaya tambahan (Tiket) 2. Biaya tambahan barang bawaan (Bagasi) 3. Ada biaya untuk memesan makanan 4. Ada biaya untuk memesan minuman

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Uraian definisi operasional serta item yang digunakan dari tabel 3.1 yaitu:

a. Kualitas Pelayanan (X), yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Indikator yang digunakan meliputi:

- 1) *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penyediaan yang memadai sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Item yang digunakan:
 - a) Penampilan Petugas/ Aparatur dalam melayani pelanggan
 - b) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
 - c) Kemudahan dalam proses pelayanan
 - d) Kedisiplinan petugas/ aparaturnya dalam melakukan pelayanan
 - e) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
 - f) Penggunaan alat bantu pelayanan

- 2) *Reliability* (Kehandalan), yaitu pemberian pelayanan yang tepat dan benar. Item yang digunakan:
- a) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
 - b) Memiliki standar pelayanan yang jelas
 - c) Kemampuan petugas/ aparaturnya dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 - d) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu keinginan melayani konsumen dengan cepat. Item yang digunakan:
- a) Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
 - b) Petugas/ aparaturnya melakukan pelayanan dengan cepat
 - c) Petugas/ aparaturnya melakukan pelayanan dengan tepat
 - d) Petugas/ aparaturnya melakukan pelayanan dengan cermat
 - e) Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
- 4) *Assurance* (Jaminan), yaitu tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan. Item yang digunakan:
- a) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - b) Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
 - c) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
 - d) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

5) *Empathy* (Empati), yaitu tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Item yang digunakan:

- a) Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan
- b) Petugas melayani dengan sikap ramah
- c) Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif
- e) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

b. Kepuasan Konsumen (Y), adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Indikator yang digunakan meliputi:

1) Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Item yang digunakan:

- a) Kondisi pesawat yang ada
- b) Fasilitas yang modern
- c) Pilot yang berpengalaman

2) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan. Item yang digunakan:

- a) Kepuasan pelayanan karyawan (Etika, Tata Krama)
- b) Kepuasan akan kerapian karyawan

- c) Kepuasan akan kecepatan karyawan dalam menangani pelanggan
- 3) Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu. Item yang digunakan:
- a) Kebebasan pelanggan dalam membandingkan dengan jasa yang lain
 - b) Mendapatkan rekomendasi dari keluarga atau teman
 - c) Rasa gengsi yang tinggi dengan memilih salah satu produk jasa
- 4) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Item yang digunakan:
- a) Harga tiket yang mahal
 - b) Harga tiket bersaing dengan penerbangan lain
 - c) Kesesuaian Harga dengan fasilitas yang ditawarkan
- 5) Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/ jasa cenderung puas terhadap produk/ jasa ini. Item yang digunakan:
- a) Tidak ada biaya tambahan (Tiket)
 - b) Biaya tambahan barang bawaan (Bagasi)
 - c) Ada biaya untuk memesan makanan

d) Ada biaya untuk memesan minuman

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013:92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert interval. Menurut Sugiyono (2013:134) skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dan skor yang diberikan untuk setiap item pertanyaan seperti yang terlihat pada tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Skala	Skor
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Netral	3
4	Kurang Baik	2
5	Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono, 2014

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011: 80) populasi adalah: “wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu ”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah penumpang atau konsumen yang datang menggunakan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang pada bulan Maret 2016 sebanyak 13527 penumpang, April 2016 sebanyak 14213 penumpang.

2. Sampel

Menurut Kuncoro (2009:118) “Sampel adalah suatu himpunan (*subset*) dari unit populasi. Sampel merupakan bagian populasi yang karakteristiknya hendak kita uji. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel adalah penumpang atau konsumen yang datang menggunakan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang.

Penentuan ukuran atau jumlah sampel bisa dilakukan dengan penghitungan statistik. Berikut ini adalah cara menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya dengan menggunakan rumus Slovin (Kriyantono, 2012:164)

:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

$N = \text{ukuran populasi}$

$e = \text{kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir}$

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10% (Umar dalam Kriyantono, 2012:164). Pada populasi dalam penelitian ini, batas kesalahan yang ditetapkan adalah sebanyak 5% untuk disesuaikan dengan jumlah populasi yang terbilang cukup besar, agar jumlah sampel yang diteliti tidak terlalu besar untuk menghemat waktu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Bulan Maret

$$n = \frac{13527}{1 + (13527 \times 5\%^2)}$$

$$n = \frac{388,51152}{1 + 388,51152}$$

$$= 34,8\% = 35 \text{ sampel}$$

Bulan April

$$n = \frac{14213}{1 + (14213 \times 5\%^2)}$$

$$n = \frac{389,05085}{1 + 389,05085}$$

$$= 36,5\% = 37 \text{ sampel}$$

Dengan menggunakan rumus pengukuran sampel diatas, maka diketahui jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 72 responden (Maret = 35+ April = 37 sampel).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2012:96). Dalam hal ini siapa saja adalah penumpang yang menggunakan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang pada bulan Januari 2016. Penelitian ini mengetahui jumlah penumpang PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang, dimana pada bulan Maret dan April 2016 terdapat perbedaan jumlah penumpang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menurut Arikunto (2006:129), adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Menurut Sekaran (2006:60) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat

untuk tujuan spesifik studi. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada penumpang maskapai PT. Garuda Indonesia Airlines.

b. Data Sekunder

Menurut Sekaran (2006:65) sumber data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui internet, penelusuran dokumen, data publikasi informasi. Data skunder dalam penelitian ini meliputi sejarah PT. Garuda Indoensia Airlines, struktur organisasi, dan data-data yang berhubungan dengan penelitian ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Pada umumnya data-data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode tertentu. Data primer yang diambil dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah data yang berupa opini subjek penelitian secara individual dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis melalui penyebaran kuesioner.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan pokok pemberian kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin (Sugiyono, 2011:142). Penyebaran kuesioner dilakukan oleh penulis dengan cara menitipkan kuesioner tersebut kepada konsumen atau penumpang di Bandara Abdul Rahman Saleh.. Dalam

pengumpulan data penelitian, langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.
- b. Menyebarkan kuesioner kepada responden.
- c. Mentabulasi data penelitian yang telah diperoleh.
- d. Menganalisis data dengan program *SPSS 23 for Windows*.
- e. Penulisan laporan.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan berdasarkan dokumen yang telah tersedia, seperti struktur organisasi dan data-data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengadakan pencatatan atau penyalinan terhadap dokumen-dokumen dan data-data lain yang dapat menunjang penelitian yang dapat berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi-misi, aktifitas perusahaan.

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul

tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2006:168).

Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* (r hitung) dengan nilai kritis atau probabilitasnya. Menurut Arikunto (2006:170) untuk menghitung r hitung dapat diperoleh dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \{\sum x\}\{\sum y\}}{N} \div \sqrt{\left\{ \frac{\sum X^2 - (\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum Y^2 - (\sum Y)^2}{N} \right\}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
- N = Jumlah Subyek
- X = Skor item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor items
- $\sum Y$ = Jumlah skor total
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Instrumen yang valid yaitu alat ukur yang digunakan dalam mengumpulkan data kevalidan suatu instrumen dapat diketahui dari hasil perbandingan indeks korelasi *Pearson product moment* dengan tingkat signifikansi 5% dengan nilai kritisnya di mana r yang digunakan adalah rumus Arikunto (2006) yaitu apabila nilai korelasi $< 0,05$ berarti instrumen yang digunakan adalah valid dan sebaliknya jika $> 0,05$ maka tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006: 45). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2011: 121). Reliabilitas instrument diuji dengan cara *one shoot*, yaitu dengan mengukur hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Salah satu teknik yang dapat digunakan adalah dengan melakukan uji *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengukuran reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* sebagai berikut: apabila nilai *cronbach's alpha* kurang dari 0,6 maka diindikasikan tidak reliabel, bila nilai antara 0,6–0,7 diindikasikan *acceptable*, nilai 0,7–0,8 diindikasikan baik dan nilai lebih dari 0,8 diindikasikan sangat baik (Sekaran, 2010: 312) dengan rumus:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum b^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum b^2$ = jumlah varian butir

σ^2 = varian total

3. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X1	0,540	,000	Valid
	X2	0,515	,000	Valid
	X3	0,646	,000	Valid
	X4	0,708	,000	Valid
	X5	0,754	,000	Valid
	X6	0,592	,000	Valid
	X7	0,684	,000	Valid

	X8	0,584	,000	Valid
	X9	0,608	,000	Valid
	X10	0,638	,000	Valid
	X11	0,511	,000	Valid
	X12	0,571	,000	Valid
	X13	0,574	,000	Valid
	X14	0,579	,000	Valid
	X15	0,515	,000	Valid
	X16	0,646	,000	Valid
	X17	0,708	,000	Valid
	X18	0,754	,000	Valid
	X19	0,592	,000	Valid
	X20	0,684	,000	Valid
	X21	0,594	,000	Valid
	X22	0,608	,000	Valid
	X23	0,638	,000	Valid
	X24	0,511	,000	Valid

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Sig.	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,622	,000	Valid
	Y2	0,633	,000	Valid
	Y3	0,696	,000	Valid
	Y4	0,714	,000	Valid
	Y5	0,615	,000	Valid
	Y6	0,768	,000	Valid
	Y7	0,731	,000	Valid
	Y8	0,500	,000	Valid
	Y9	0,765	,000	Valid
	Y10	0,502	,000	Valid
	Y11	0,738	,000	Valid
	Y12	0,630	,000	Valid
	Y13	0,644	,000	Valid
	Y14	0,565	,000	Valid
	Y15	0,541	,000	Valid
	Y16	0,651	,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel – menunjukkan semua item pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) mempunyai koefisien korelasi $> 0,5$. Maka kesimpulannya semua item-item dalam penelitian ini dikatakan valid.

4. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel – berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,926	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen (Y)	0,881	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Dari Tabel 3.4 di atas diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

H. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan suatu tahap uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel termasuk indikator dan item yang digunakan telah memenuhi kaidah penelitian kuantitatif. Dengan bantuan aplikasi SPSS, beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data distribusi normal. Selain itu, dari hasil pengujian normalitas juga dapat menunjukkan bahwa sampel yang diambil berdistribusi normal yaitu hampir berdistribusi normal (Arikunto, 2006:262). Uji normalitas bisa dilakukan dengan menggunakan grafik dan menggunakan analisis statistik yaitu uji statistik non-parametrik *kolmogorpv-Smirnov* (K-S). Untuk mengetahui hasilnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Data tersebar normal, jika nilai signifikan lebih dari 0,05.
- b. Data tidak tersebar normal, jika nilai signifikan kurang dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Gurajati dalam Adrianto (2015:77) multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear yang sempurna atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan garis regresi. Uji Multikolonearitas bertujuan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau linear sempurna atau tidak saling berkaitan antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas diantara variabelnya. Teknik pengujiannya dapat melihat nilai VIF dan Tolerance. Dengan kriteria apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas atau nonmultikolinearitas begitu juga sebaliknya. Selain itu menurut Sudarmanto (2013:224) uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (*independent*) satu dengan variabel bebas (*independen*) yang lainnya. Sedangkan menurut Ghozali (2006:91) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Sudarmanto (2013:240) uji asumsi heterokedastisitas ini untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Menurut Ghozali (2006:121) ketentuan dari uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

I. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahap terpenting dalam suatu penelitian kuantitatif, karena dengan analisislah data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Setelah peneliti mendapatkan data mentah, tahapan selanjutnya data mentah tersebut perlu dibagi kedalam kelompok-kelompok, diadakan atau dilakukan kategorisasasi, serta disingkatkan sehingga data tersebut mempunyai makna untuk menjawab masalah dan bermanfaat bagi peneliti untuk menguji hipotesis. Adapun metode analisis data yang digunakan peneliti yaitu:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh data frekuensi, presentasi dan rata-rata skor jawaban responden untuk masing-masing item pernyataan yang ada pada setiap variabel. Setelah itu, skor yang diperoleh dari masing-masing Item variabel tersebut selanjutnya dianalisis guna mengungkapkan fenomena yang terdapat pada tiap variabel sesuai dengan persepsi responden.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Menurut Kotler (dalam Sekaran, 2010: 89), analisis regresi linear adalah suatu metode analisis statistik yang menggunakan model yang terdiri atas beberapa buah asumsi. Hasil analisis regresi linear sederhana akan mempunyai nilai (valid)

hanya jika seluruh asumsi yang digunakan dapat diterima. Oleh karena itu, seluruh asumsi yang digunakan harus diuji keabsahannya untuk menguji validitas model. Seluruh pengujian dan analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS. Menurut Arikunto (2006:339) menyatakan korelasi regresi linear sederhana adalah hubungan antara 1 dependen dan 1 variabel independen. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan
α	= Konstanta Regresi
b	= Koefisien Regresi
X	= Kualitas Pelayanan

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi dalam regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikatnya. Koefisien ini menunjukkan besaran persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model yang mampu menjelaskan variasi variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.

$R^2 = 0$ (nol) artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$R^2 =$ Mendekati 1 artinya kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

J. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar atau mungkin salah. Hipotesis akan ditolak jika salah atau palsu, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel Kualitas Pelayanan (X)

serta Kepuasan Konsumen (Y), dengan menggunakan uji simultan sebagai berikut :

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Sudjana (2003:111) merumuskan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

b adalah parameter estimasi dari X_1

Sb adalah standar error dari X_1

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika signifikan $t \leq \text{sig. } \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika signifikan $t \geq \text{sig. } \alpha$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun hipotesis untuk perhitungan uji t adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : Variabel bebas kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).
- 2) H_1 : Variabel bebas kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Garuda Indonesia Airlines

1. Sejarah Perusahaan

Garuda Indonesia berawal dari tahun 1940-an, di mana Indonesia masih berperang melawan Belanda. Pada saat itu, Garuda terbang jalur spesial dengan pesawat DC-3. Tanggal 26 Januari 1949 dianggap sebagai hari jadi maskapai penerbangan ini. Pada saat itu nama maskapai ini adalah *Indonesian Airways*.

Pesawat pertama mereka bernama *Seulawah* atau *Gunung Emas*, yang diambil dari nama gunung terkenal di Aceh. Dana untuk membeli pesawat ini didapatkan dari sumbangan rakyat Aceh, pesawat tersebut dibeli seharga 120,000 dolar malaya yang sama dengan 20 kg emas. Maskapai ini tetap mendukung Indonesia sampai revolusi terhadap Belanda berakhir.

Garuda Indonesia mendapatkan konsesi monopoli penerbangan dari Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1950 dari Koninklijke Nederlandsch-Indische Luchtvaart Maatschappij (KNILM), perusahaan penerbangan nasional Hindia Belanda. Garuda adalah hasil joint venture antara Pemerintah Indonesia dengan maskapai Belanda Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM). Pada awalnya, Pemerintah Indonesia memiliki 51% saham dan selama 10 tahun pertama, perusahaan ini dikelola oleh KLM. Karena paksaan nasionalis, KLM menjual sebagian dari sahamnya di tahun 1954 ke pemerintah Indonesia.

Pemerintah Burma banyak menolong maskapai ini pada masa awal maskapai ini. Oleh karena itu, pada saat maskapai ini diresmikan sebagai perusahaan pada 31 Maret 1950, Garuda menyumbangkan Pemerintah Burma sebuah pesawat DC-3. Pada mulanya, Garuda memiliki 27 pesawat terbang, staf terdidik, bandara dan jadwal penerbangan, sebagai kelanjutan dari KNILM. Ini sangat berbeda dengan perusahaan-perusahaan pionir lainnya di Asia.

Pada tahun 1953, maskapai ini memiliki 46 pesawat, tetapi pada tahun 1955, pesawat Catalina mereka harus pensiun. Tahun 1956 mereka membuat jalur penerbangan pertama ke Mekkah. Tahun 1960-an adalah saat kemajuan pesawat maskapai ini. Tahun 1965 Garuda mendapat dua pesawat baru yaitu pesawat jet Convair 990 dan pesawat turboprop Lockheed L-118 Electra. Pada tahun 1961 dibuka jalur menuju Bandara Internasional Kai Tak di Hong Kong dan tahun 1965 tibalah era jet, dengan DC-8 mereka membuat jalur penerbangan ke Bandara Schiphol di Haarlemmermeer, Belanda, Eropa.

Tahun 1970-an Garuda mengambil Jet kecil DC-9 dan Fokker F28 saat itu Garuda memiliki 36 pesawat F28 dan merupakan operator pesawat terbesar di dunia untuk jenis pesawat tersebut. Pada saat itu, maskapai ini mulai membeli pesawat badan lebar seperti Boeing 747-200B dan McDonnell Douglas DC-10-30. Sementara pada 1980-an mengadopsi perangkat dari Airbus, seperti A300. Tahun 1990-an, maskapai ini membeli Boeing 737, Boeing 747-400, Airbus A330-300, dan juga McDonnell Douglas MD-11.

Dalam tahun 1990-an, Garuda mengalami beberapa musibah, terutama pada tahun 1997, dimana sebuah A300 jatuh di Sibolangit, menewaskan seluruh

penumpangnya. Maskapai ini pun mengalami periode ekonomi sulit, karena, pada tahun yang sama Indonesia terkena Krisis Finansial Asia, yang terjadi tahun 1997. Setelah itu, Garuda sama sekali tidak terbang ke Eropa maupun Amerika (meskipun beberapa rute seperti Frankfurt dan Amsterdam sempat dibuka kembali, namun akhirnya kembali ditutup. Rute Amsterdam ditutup tahun 2004). Tetapi, dalam tahun 2000-an ini maskapai ini telah dapat mengatasi masalah-masalah di atas dan dalam keadaan ekonomi yang bagus.

a. Asal nama Garuda Indonesia

Pada tanggal 25 Desember 1949, wakil dari KLM yang juga teman Presiden Soekarno, Dr. Konijnenburg, menghadap dan melapor kepada Presiden di Yogyakarta bahwa KLM Interinsulair Bedrijf akan diserahkan kepada pemerintah sesuai dengan hasil Konferensi Meja Bundar (KMB) dan meminta kepada beliau memberi nama bagi perusahaan tersebut karena pesawat yang akan membawanya dari Yogyakarta ke Jakarta nanti akan dicat sesuai na ma itu.

Menanggapi hal tersebut, Presiden Soekarno menjawab dengan mengutip satu baris dari sebuah sajak bahasa Belanda gubahan pujangga terkenal, *Raden Mas Noto Soeroto di zaman kolonial, Ik ben Garuda, Vishnoe's vogel, die zijn vleugels uitslaat hoog boven uw eilanden* ("Aku adalah Garuda, burung milik Wisnu yang membentangkan sayapnya menjulang tinggi diatas kepulauanmu")

Maka pada tanggal 28 Desember 1949, terjadi penerbangan yang bersejarah yaitu pesawat DC-3 dengan registrasi PK-DPD milik KLM Interinsulair terbang membawa Presiden Soekarno dari Yogyakarta ke Kemayoran - Jakarta untuk pelantikannya sebagai Presiden Republik Indonesia Serikat (RIS) dengan logo

baru, Garuda Indonesian Airways, nama yang diberikan Presiden Soekarno kepada perusahaan penerbangan pertama ini.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Perusahaan Penerbangan Pilihan Utama di Indonesia dan Berdaya Saing di Internasional

b. Misi

- 1) Melaksanakan usaha jasa angkutan udara yang memberikan kepuasan kepada pengguna jasa yang terpadu dengan industri lainnya melalui pengelolaan secara profesional dan didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi tinggi.
- 2) Menghasilkan keuntungan dengan jaringan domestik yang kuat untuk terus meningkatkan pangsa pasar domestik dan internasional bagi usahawan, perorangan, wisatawan dan kargo termasuk penerbangan borongan.

3. Makna Logo Perusahaan

Mengikuti pencabutan larangan terbang Uni Eropa Terhadap Garuda Indonesia dan 3 maskapai penerbangan Indonesia lainnya, Garuda Indonesia pada Juli 2009 mengumumkan meluncurkan sebuah rencana ekspansi 5 tahun yang agresif yang bernama Quantum Leap. Rencana ini juga termasuk meng-overhaul tampilan maskapai seperti mengubah livery maskapai, seragam staf dan logo baru.

Gambar 4.1
Logo Perusahaan



Logo

Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Sebuah Inisiatif akan lambang baru, dikembangkan oleh konsultan merek Lander Associates, berputar pada sebuah ide baru seputar "sayap alam". Logo lama Garuda telah diganti, menghilangkan simbol burung ikonik yang dirancang oleh Lander juga 27 tahun sebelumnya. tampilan baru ini diharapkan untuk dapat "menangkap semangat keramahan Indonesia dan profesionalisme".

Logo perusahaan mengandung arti sebagai berikut :

1. Kepala Burung Garuda melambangkan Lambang Negara Republik Indonesia.
2. Lima (5) Bulu Sayap melambangkan Pancasila.
3. Warna Biru melambangkan Langit Angkasa.

Garuda Indonesia Secara resmi meluncurkan seragam baru bagi pramugari/pramugaranya. Seragam pramugari terinspirasi dari kebaya tradisional dengan batik motif *lereng* dilengkapi dengan kebaya berwarna biru gaya Kartini di bagian atas. Kostum tambahan bagi pramugari termasuk sebuah batik motif *lereng* berwarna jingga dengan kebaya berwarna jingga. Laki laki memakai jas

abu-abu, kemeja biru dan dasi bermerek. Seragam ini didesain oleh Josephine Komara.



Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Gambar 4.2
Seragam Awak Kabin

Sumber: Data sekunder diolah, 2016



Gambar 4.3
Pesawat Garuda Indonesia

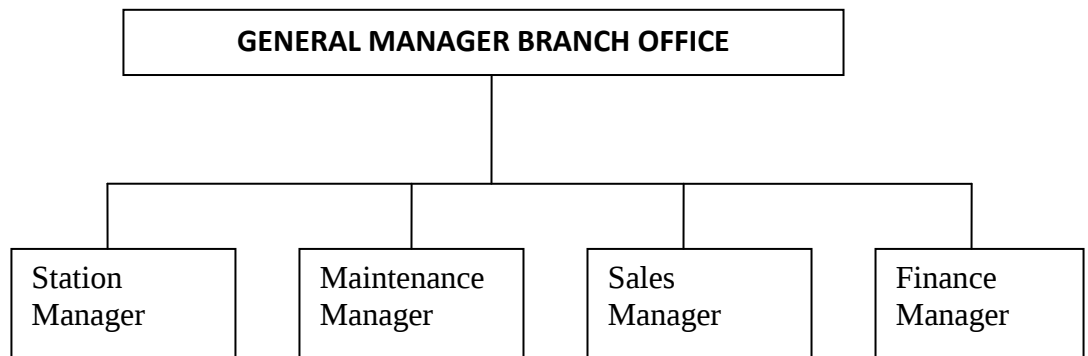
Sumber: Data sekunder diolah, 2016

Pada 10 Juni 2009, Garuda Indonesia mengungkapkan sebuah skema warna baru pada sebuah Airbus A330-243 baru setelah memakai desain yang sama selama 22 tahun. Ekor yang di-overhaul terdiri dari nuansa warna biru yang berbeda beda dengan tulisan *Garuda Indonesia* di tengah dari masing masing sisi lambung pesawat. Garuda Indonesia mempertahankan simbol garuda yang didesain Landor di lambung pesawat dan terus menggunakannya sebagai identitas perusahaan.

Konsep pelayanan baru Garuda Indonesia disebut "Garuda Indonesia Experience", termasuk berbagai aspek dari kebudayaan, masakan, dan keramahan Indonesia. *Mini Nasi Tumpeng Nusantara*, dan *jus martebe* (markisa dan terong belanda), telah menjadi tanda masakan Garuda Indonesia yang baru. Tahun 2011 ini, tepatnya bulan Februari, maskapai ini berencana memperkenalkan tempe dalam menu masakannya, diawali dengan penerbangan ke Tokyo, Jepang, (ini disebabkan tempe yang disajikan dibuat oleh seorang perajin Indonesia di Jepang, apalagi, orang Jepang mudah menerima rasa tempe, apalagi setelah penelitian yang membuktikan manfaatnya bagi kesehatan).

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai tempat penelitian yang penulis lakukan, maka penulis hanya memaparkan struktur organisasi PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Malang saja. Struktur organisasi PT. Garuda Indonesia Cabang Malang sebagai berikut:



Gambar 4.4
Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

a. GENERAL MANAGER BRANCH OFFICE

General Manger Branch Office ini bertindak sebagai manajer umum dan pengawas langsung yang bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan intern perusahaan dalam kantor cabang.

b. STATION MANAGER

Station Manger bertanggung jawab langsung kepada General manager Branch Office. Bagian ini juga mempunyai tanggung jawab penuh atas urusan :

- 1). Mewakili perusahaan dalam hubungan dengan pihak luar seperti penerima tamu, baik pihak instansi pemerintah maupun umum, serta memberikan informasi mengenai perusahaan bagi yang memerlukan.
- 2). Keamanan penumpang Garuda Indonesia didalam bandara.
- 3). Kebersihan dan kenyamanan bandara.

c. MAINTENANCE MANAGER

Maintenance Manager bertanggung jawab langsung kepada General Manager Branch Office. Bagian ini bertanggung jawab penuh atas urusan sebagai berikut :

1. Teknik yang meliputi listrik, mesin, dan bengkel kendaraan pesawat.
2. Perawatan dan pemeliharaan pesawat.
3. Kesehatan dan kebersihan pesawat.

d. SALES MANAGER

Bertanggung jawab langsung kepada General Manager Branch Office, tugasnya yaitu :

1. Melaksanakan penjualan produk kepada konsumen melalui lembaga perantara.
2. Menyelesaikan administrasi penjualan dan rekapitulasi laba penjualan jasa baik secara berkala maupun laporan pada akhir tahun.

e. FINANCE MANAGER

Bagian ini bertanggung jawab langsung kepada General Manager Branch Office. Tugas bagian ini adalah :

1. Menyelenggarakan dan mengatur anggaran perusahaan yang menyangkut penerimaan dan pengeluaran kas.
2. Menyelenggarakan sistem pembukuan dan pengawasan keuangan yang baik dan teratur.

B. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 72 responden melalui penyebaran kuisioner kepada konsumen PT. Garuda Indonesia Airlines yang ada di Bandara Abdulrachman Saleh Malang maka dapat ditarik beberapa gambaran tentang komposisi konsumen berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
		(Senioritas)	(%)
1	20 tahun - 30 tahun.	17	23,6
2	30 tahun - 40 tahun.	28	38,9
3	40 tahun - 50 tahun.	19	26,4
4	> 50 tahun.	8	11,1
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia lebih dari 20 tahun sampai 30 tahun sebanyak 17 senioritas atau 23,6%, berusia lebih dari 30 tahun sampai 40 tahun sebanyak 28 senioritas atau 38,9%, berusia lebih dari 40 tahun sampai 50 tahun sebanyak 19 senioritas atau 26,4%, berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 8 senioritas atau 11,1%. Berdasarkan data tersebut, maka usia responden yang paling banyak adalah lebih dari 30 tahun sampai 40 tahun. Dalam hal ini, dapat di asumsikan bahwa pada rentang usia tersebut merupakan usia instruktur diklatif bekerja.

2. Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
		(Senioritas)	(%)
1	Laki – laki	46	63,9
2	Perempuan	26	36,1
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 46 responden atau 63,9%, sedangkan perempuan sebanyak 26 responden atau 36,1%. Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang atau 74%.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Data tersebar normal, jika nilai signifikansinya $> 0,05$
- Data tidak tersebar normal, jika nilai signifikansinya $< 0,05$.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Layanan	Kepuasan
N		72	72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4,350	4,078
	Std. Deviation	,4108	,4603
Most Extreme Differences	Absolute	,122	,092
	Positive	,090	,092
	Negative	-,122	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		1,038	,779
Asymp. Sig. (2-tailed)		,231	,578

a. Test distribution is Normal.

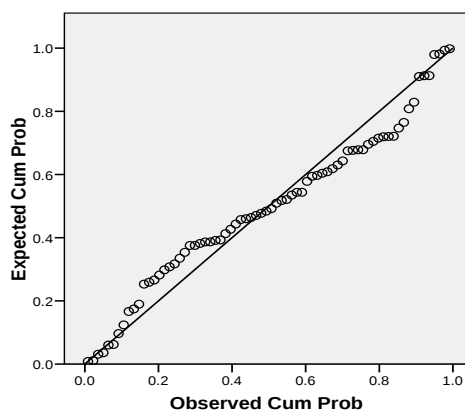
b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari hasil perhitungan pada variabel kualitas pelayanan didapat nilai signifikansi sebesar 0.231, sedangkan pada variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,578, dapat dilihat pada Tabel 4.3 atau lebih besar dari 0.05, dengan demikian dapat dikatakan bahwa data tersebar normal atau dengan kata lain data tersebut memenuhi persyaratan normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan konsumen



Gambar 4.5 Grafik P-Plot Uji Normalitas

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik–titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi sederhana, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficient ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	,678	1,563

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.4, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- Tolerance untuk Kualitas Pelayanan adaah 0.678

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

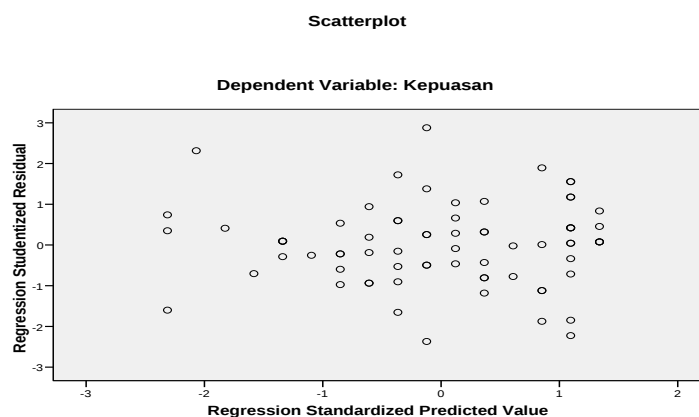
- VIF untuk Kualitas Pelayanan adalah 1,563

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian heterokedastisitas diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Pengujian heterokedastisitas dapat dilihat melalui *scatter plot*. Residual dikatakan memiliki ragam yang homogen apabila titik-titik residual pada *scatter plot* menyebar secara acak.

Dari hasil pengujian pada gambar 4.6 di dapat bahwa diagram tampilannya *scatter plot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Hasil pengujian asumsi heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2016

D. Analisis Data dan Interpretasi

1. Analisis Deskriptif

Deskripsi distribusi item ini digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner. Jawaban-jawaban tersebut selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

a. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Pada variabel Kualitas Pelayanan terdapat lima item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Tangibles (Bukti fisik)													
X1	33	45,8	31	43,1	8	11,1	0	0	0	0	72	100	4,35
X2	33	45,8	36	50,0	3	4,2	0	0	0	0	72	100	4,42
X3	42	58,3	26	36,1	4	5,6	0	0	0	0	72	100	4,53
X4	41	56,9	27	37,5	4	5,6	0	0	0	0	72	100	4,51
X5	38	52,8	28	38,9	6	8,3	0	0	0	0	72	100	4,44
X6	20	27,8	33	45,8	19	26,4	0	0	0	0	72	100	4,01
Reliability (kehandalan)/													
X7	26	36,1	31	43,1	15	20,8	0	0	0	0	72	100	4,15
X8	32	44,4	25	34,7	15	20,8	0	0	0	0	72	100	4,24
X9	32	44,4	23	31,9	17	23,6	0	0	0	0	0	0	4,21
X10	33	45,8	26	36,1	13	18,1	0	0	0	0	0	0	4,28
Responsiveness (daya tanggap)													
X11	18	25,0	37	51,4	17	23,6	0	0	0	0	0	0	4,01
X12	60	83,3	9	12,5	3	4,2	0	0	0	0	0	0	4,79
X13	59	81,9	10	13,9	3	4,2	0	0	0	0	0	0	4,78
X14	61	84,7	10	13,9	1	1,4	0	0	0	0	0	0	4,83
X15	33	45,8	36	50,0	3	4,2	0	0	0	0	0	0	4,42
Assurance (Jaminan)													
X16	42	58,3	26	36,1	4	5,6	0	0	0	0	0	0	4,53
X17	41	56,9	27	37,5	4	5,6	0	0	0	0	0	0	4,51
X18	38	52,8	28	38,9	6	8,3	0	0	0	0	0	0	4,44
X19	20	27,8	33	45,8	19	26,4	0	0	0	0	0	0	4,01

Empathy (Empati)													
X20	26	36,1	31	43,1	15	20,8	0	0	0	0	0	0	4,15
X21	32	44,4	26	34,7	15	20,8	0	0	0	0	0	0	4,24
X22	32	44,4	23	31,9	17	23,6	0	0	0	0	0	0	4,21
X23	33	45,8	26	36,1	13	18,1	0	0	0	0	0	0	4,28
X24	18	25,0	37	51,4	17	23,6	0	0	0	0	0	0	4,01
													4,35

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Pada Tabel 4.5 item *tangible* dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item pertama yaitu penampilan Petugas/ Aparatur PT. Garuda Indonesia dalam melayani pelanggan sudah baik, terdapat 33 responden atau 45,8% yang menyatakan sangat baik, yang menyatakan baik sebanyak 31 responden atau 43,1%, yang menyatakan netral sebanyak 8 responden atau 11,1%, yang menyatakan netral, tidak ada yang menyatakan kurang baik dan tidak baik.

Untuk indikator kedua yaitu Garuda Indonesia memberikan kenyamanan tempat melakukan pelayanan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak responden 33 atau 45,8%, yang menyatakan baik, sebanyak 36 responden atau 50,0%, yang menyatakan baik, sebanyak 3 responden atau 4,2%, yang menyatakan netral tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk indikator ketiga yaitu petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia memberikan kemudahan dalam proses pelayanan, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 42 responden atau 58,3%, yang menyatakan setuju sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 5,6%, tidak ada yang kurang setuju tidak baik.

Untuk indikator keempat yaitu petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia disiplin dalam melakukan pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 41 responden atau 56,9%, yang menyatakan baik sebanyak 27 responden atau 37,5%, yang menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 5,6%, tidak ada yang menyatakan kurang baik dan yang menyatakan tidak baik.

Untuk indikator kelima yaitu petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia memberikan kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 38 responden atau 52,8%, yang menyatakan baik sebanyak 28 responden atau 38,9%, yang menyatakan netral sebanyak 6 responden atau 8,3%, tidak ada yang menyatakan kurang baik dan tidak baik.

Untuk indikator keenam yaitu petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia membantu dalam penggunaan alat bantu pelayanan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 20 responden atau 27,8%, yang menyatakan baik sebanyak 33 responden atau 45,8%, yang menyatakan netral sebanyak 19 responden atau 26,4%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Reliability* (kehandalan), indikator pertama yaitu Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan baik sebanyak 31 responden atau 43,1%, yang menyatakan netral sebanyak 15 responden atau 20,8%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Reliability* (kehandalan), indikator kedua yaitu PT. Garuda Indonesia memiliki standar pelayanan yang jelas, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menyatakan baik sebanyak 25 responden atau 34,7%, yang menyatakan netral sebanyak 15 responden atau 20,8%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Reliability* (kehandalan), indikator ketiga yaitu petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia mampu dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menyatakan baik sebanyak 23 responden atau 31,9%, yang menyatakan netral sebanyak 17 responden atau 23,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Reliability* (kehandalan), indikator keempat yaitu petugas PT. Garuda Indonesia membantu dalam menggunakan alat batu dalam proses pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan netral sebanyak 13 responden atau 18,1%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Responsiveness* (daya tanggap), indikator pertama yaitu petugas PT. Garuda Indonesia merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 responden atau 25,0%, yang menyatakan baik sebanyak 37 responden atau

51,4%, yang menyatakan netral sebanyak 17 responden atau 23,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Responsiveness* (daya tanggap), indikator kedua yaitu petugas/aparatur PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan cepat, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 60 responden atau 83,3%, yang menyatakan baik sebanyak 9 responden atau 12,6%, yang menyatakan netral sebanyak 3 responden atau 4,2%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Responsiveness* (daya tanggap), indikator ketiga yaitu petugas/aparatur PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan tepat, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 59 responden atau 81,9%, yang menyatakan baik sebanyak 10 responden atau 13,9%, yang menyatakan netral sebanyak 3 responden atau 4,2%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Responsiveness* (daya tanggap), indikator keempat yaitu petugas/aparatur PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan cermat, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 61 responden atau 84,7%, yang menyatakan baik sebanyak 10 responden atau 13,9%, yang menyatakan netral sebanyak 1 responden atau 1,4%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Responsiveness* (daya tanggap), indikator kelima yaitu petugas PT. Garuda Indonesia merespon semua keluhan pelanggan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 33 responden atau 45,8%, yang

menyatakan baik sebanyak 36 responden atau 50,0%, yang menyatakan netral sebanyak 3 responden atau 4,2%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Assurance* (Jaminan), indikator pertama yaitu petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 42 responden atau 58,3%, yang menyatakan baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 5,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Assurance* (Jaminan), indikator kedua, yaitu, petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan biaya dalam pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 41 responden atau 56,9%, yang menyatakan baik sebanyak 27 responden atau 37,5%, yang menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 5,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Assurance* (Jaminan), indikator ketiga yaitu petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 38 responden atau 52,8%, yang menyatakan baik sebanyak 28 responden atau 38,9%, yang menyatakan netral sebanyak 6 responden atau 8,3%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Assurance* (Jaminan), indikator keempat, yaitu petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, diketahui

bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 20 responden atau 27,8%, yang menyatakan baik sebanyak 33 responden atau 45,8%, yang menyatakan netral sebanyak 19 responden atau 26,4%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Empathy* (Empati), indikator pertama yaitu petugas PT. Garuda Indonesia mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan baik sebanyak 31 responden atau 43,1%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 20,8%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Empathy* (Empati), indikator kedua yaitu petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan sikap ramah, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menyatakan baik sebanyak 25 responden atau 34,7%, yang menyatakan netral sebanyak 15 responden atau 20,8%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Empathy* (Empati), indikator ketiga yaitu petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan sikap sopan santun, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menyatakan baik sebanyak 23 responden atau 31,9%, yang menyatakan netral sebanyak 17 responden atau 23,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik.

Untuk *Empathy* (Empati), indikator keempat yaitu petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan tidak diskriminatif, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 33 responden atau 45,8%, yang menyatakan baik sebanyak 26 responden atau 36,1%, yang menyatakan netral sebanyak 13 responden atau 18,1%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

Untuk *Empathy* (Empati), indikator kelima yaitu petugas PT. Garuda Indonesia melayani dan menghargai setiap pelanggan, diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 responden atau 25,0%, yang menyatakan baik sebanyak 37 responden atau 51,4%, yang menyatakan netral sebanyak 17 responden atau 23,6%, tidak ada yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik

b. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pada variabel *Kepuasan Konsumen* terdapat enam belas pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Kualitas produk													
Y1	44	61,1	24	33,3	4	5,6	0	0	0	0	72	100	4,56
Y2	45	62,5	22	30,6	5	6,9	0	0	0	0	72	100	4,56
Y3	27	37,5	32	44,4	13	18,1	0	0	0	0	72	100	4,19
Kualitas Pelayanan													
Y4	9	12,5	32	44,4	27	37,5	4	5,6	0	0	72	100	3,64
Y5	11	15,3	31	43,1	24	33,3	6	8,3	0	0	72	100	3,65
Y6	15	20,8	25	34,7	21	29,2	11	15,3	0	0	0	0	3,61
Emosional													
Y7	11	15,3	21	29,2	24	33,3	16	22,2	0	0	0	0	3,38
Y8	19	26.4	30	41.7	18	25.0	5	6.9	0	0	0	0	3.88

Y9	7	9,7	27	37,5	32	44,4	8	8,3	0	0	0	0	3,49
Harga													
Y10	10	13,9	33	45,8	26	36,1	3	4,2	0	0	0	0	3,69
Y11	20	27,8	31	43,1	18	25,0	3	4,2	0	0	0	0	3,94
Y12	42	56,3	25	34,7	5	6,9	0	0	0	0	0	0	4,51
Biaya													
Y13	48	66,7	14	19,4	10	13,9	0	0	0	0	0	0	4,53
Y14	49	68,1	21	29,2	2	2,8	0	0	0	0	0	0	4,65
Y15	59	81,9	12	16,7	1	1,4	0	0	0	0	0	0	4,81
Y16	33	45,8	23	31,9	12	16,7	4	5,6	0	0	0	0	4,18
													4,08

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item pertama yaitu konsumen puas dengan kondisi pesawat PT. Garuda Indonesia yang ada, terdapat 44 responden atau 61,1% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 24 responden atau 33,3%, yang menjawab netral sebanyak 4 responden atau 33,3%, yang menyatakan tidak puas, tidak ada yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kedua yaitu konsumen puas dengan fasilitas PT. Garuda Indonesia yang modern terdapat 45 responden atau 62,5% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 22 responden atau 30,6%, yang menjawab netral sebanyak 5 responden atau 6,9%, yang menyatakan tidak puas, tidak ada yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item ketiga yaitu konsumen puas dengan pilot PT. Garuda Indonesia yang berpengalaman 27 responden atau 37,5% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menjawab netral

sebanyak 13 responden atau 18,1%, yang menyatakan tidak puas, tidak ada yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item keempat yaitu konsumen puas dengan pelayanan PT. Garuda Indonesia karyawan yang mempunyai Etika atau Tata Krama yang baik, 9 responden atau 12,5% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menjawab netral sebanyak 27 responden atau 37,5%, 4 responden atau 5,6%, yang menyatakan kurang puas, tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kelima yaitu konsumen puas akan kerapian karyawan, 11 responden atau 15,3% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 31 responden atau 43,1%, yang menjawab netral sebanyak 24 responden atau 33,3%, 8 responden atau 8,3%, yang menyatakan kurang puas, tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item keenam yaitu konsumen puas akan kecepatan karyawan dalam menangani pelanggan, 15 responden atau 20,9% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 25 responden atau 34,7%, yang menjawab netral sebanyak 21 responden atau 29,1%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 11 responden atau 15,3% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item ketujuh yaitu konsumen puas kebebasan pelanggan dalam membandingkan

dengan jasa yang lain, 11 responden atau 15,3% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 21 responden atau 29,2%, yang menjawab netral sebanyak 24 responden atau 33,3%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 16 responden atau 22,2% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kedelapan yaitu konsumen puas dengan mendapatkan rekomendasi dari keluarga atau teman, 19 responden atau 26,4% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 30 responden atau 41,7%, yang menjawab netral sebanyak 18 responden atau 25,0%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 5 responden atau 6,9% dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak puas

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kesembilan yaitu konsumen puas konsumen puas dengan rasa gengsi yang tinggi dengan memilih salah satu produk jasa, 7 responden atau 9,7% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 27 responden atau 37,5%, yang menjawab netral sebanyak 32 responden atau 44,4%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 8,3% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kesepuluh yaitu konsumen puas dengan harga tiket yang mahal, 10 responden atau 13,9% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 33 responden atau 45,8%, yang menjawab netral sebanyak 26 responden atau

36,1%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 3 responden atau 4,2% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kesebelas yaitu konsumen puas dengan harga tiket bersaing dengan penerbangan lain, 20 responden atau 27,8% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 31 responden atau 43,1%, yang menjawab netral sebanyak 18 responden atau 25,0%, yang menyatakan tidak puas, yang menjawab kurang puas sebanyak 3 responden atau 4,2% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item keduabelas yaitu konsumen puas dengan kesesuaian Harga dengan fasilitas yang ditawarkan, 42 responden atau 58,3% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 25 responden atau 34,7%, yang menjawab netral sebanyak 5 responden atau 6,9%, tidak ada yang menyatakan kurang puas dan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item ketigabelas yaitu konsumen puas dengan tidak ada biaya tambahan (Tiket), 48 responden atau 66,7% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 14 responden atau 19,4%, yang menjawab netral sebanyak 10 responden atau 13,9%, tidak ada yang menyatakan kurang puas dan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item keempatbelas, yaitu kepuasan akan biaya tambahan barang bawaan (Bagasi), 49 responden atau 68,1% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas

sebanyak 21 responden atau 29,2%, yang menjawab netral sebanyak 2 responden atau 2,8%, tidak ada yang menyatakan kurang puas dan tidak puas.

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item kelimabelas yaitu konsumen puas ada biaya untuk memesan makanan, 59 responden atau 81,9% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 12 responden atau 16,7%, yang menjawab netral sebanyak 1 responden atau 1,4%, tidak ada yang menyatakan kurang puas dan tidak puas

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 72 responden, untuk item keenambelas yaitu konsumen puas dengan ada biaya untuk memesan minuman, 33 responden atau 45,8% yang menyatakan sangat puas, yang menyatakan puas sebanyak 23 responden atau 31,9%, yang menjawab netral sebanyak 12 responden atau 16,7%, yang menjawab kurang puas sebanyak 4 responden atau 5,6% dan tidak ada yang menyatakan tidak puas.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS 23 for Windows* didapat model regresi seperti pada Tabel 4.7 :

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,105	,339		,311	,757
Kualitas Layanan	,913	,078	,815	11,763	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber Data: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis regresi linier sederhana, maka dapat disimpulkan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 0,105 + 0,913X$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,913 satuan untuk setiap tambahan satu satuan kualitas layanan. Jadi apabila kualitas layanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka *Kepuasan Konsumen* akan meningkat sebesar 0,911 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa kualitas Pelayanan. meningkat maka akan diikuti peningkatan Kepuasan Konsumen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (kualitas layanan) terhadap variabel terikat (*Kepuasan Konsumen*) digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.8
Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,664	,659	,2687

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber : Data primer diolah, 2016

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.8 diperoleh hasil adjusted R² (koefisien determinasi) sebesar 0,664. Artinya bahwa 66.4% variabel Kepuasan Konsumen akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kualitas jasa

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas layanan, variabel *Kepuasan Konsumen*, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,815, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas layanan dengan Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika t_{hitung}

hitung < t tabel atau -t hitung > -t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 4.9 :

Tabel 4.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,105	,339		,757
	Kualitas Layanan	,913	,078	,815	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.13 diperoleh hasil sebagai berikut :

- t test antara X (kualitas pelayanan) dengan Y (Kepuasan Konsumen) menunjukkan t hitung = 11,763. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 66) adalah sebesar 1,997. Karena t hitung > t tabel yaitu $11,763 > 1,997$ atau sig. t (0,000) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X (kualitas) terhadap Kepuasan Konsumen adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan secara nyata.

F. Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Hasil dari skor rata-rata jawaban responden atau nilai *grand mean* variabel kualitas pelayanan sebesar 4,35. Skor tersebut berada pada range 4,21-5 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik. Rata-rata distribusi jawaban tertinggi terletak pada item X14 (petugas/

aparatur PT Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan cermat) dengan skor 4,83. Sedangkan rata-rata distribusi terendah terletak pada item X6 (petugas/ aparatur PT Garuda Indonesia membantu dalam penggunaan alat bantu pelayanan) dengan skor 4,01, X11 (petugas PT Garuda Indonesia merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan layanan) dengan skor 4,01, X19 (petugas PT Garuda Indonesia memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan) dengan skor 4,01, dan X24 (petugas PT Garuda Indonesia melayani dan menghargai setiap pelanggan) dengan skor 4,01.

b. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari skor rata-rata jawaban responden atau nilai *grand mean* variabel kualitas pelayanan sebesar 4,08. Skor tersebut berada pada range 3,41-4,2 yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berada pada kategori baik. Rata-rata distribusi jawaban tertinggi terletak pada item Y15 (konsumen puas ada biaya untuk memesan makanan) dengan skor 4,81. Sedangkan rata-rata distribusi terendah terletak pada item Y7 (konsumen puas dalam membandingkan jasa yang lain) dengan skor 3,38.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis deskripsi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban item-item pada variabel kepuasan konsumen adalah berkategori baik yaitu dengan nilai *grand mean* sebesar 4,35. Hal ini

berarti konsumen setuju kualitas pelayanan di PT Garuda sudah dinyatakan baik. Hal ini terlihat dari peralatan yang modern, peralatan yang tersedia lengkap, tenaga staf yang menguasai bidang tugasnya, perlengkapan tidak ketinggalan zaman, kebersihan, keindahan dan kerapian ruang, kerapian tenaga, kelengkapan fasilitas, kenyamanan, proses pelayanan yang cepat, tidak pilih kasih, memberikan kepercayaan kepada konsumen, ketepatan waktu layanan, ketepatan waktu pendaftaran di loket, kemudahan pelayanan, merespon dengan baik dan kecepatan dalam melayani calon penumpang, menciptakan respon yang positif, ketanggapan dalam menangani keluhan, keramahan karyawan, fasilitas yang diperoleh, pelayanan makan dan minum, Ketersediaan karyawan dalam menerima sumbang saran dari penumpang. Menunjukkan sikap ramah/sopan, Menjamin keamanan dan keselamatan konsumen, Pelayanan jasa penerbangan yang memuaskan, Kemampuan dan pengetahuan, Keamanan selama, Resiko keselamatan selama perawatan, Keamanan barang bawaan dan Pengalaman tenaga medis dalam melayani. Hal ini diperkuat pendapat Kotler dan Keller (2009 : 56) bahwa Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya diri (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Keseriusan memberikan pelayanan, Perhatian dan peduli kepada konsumen, Memberikan solusi atas permasalahan konsumen, Kemudahan dalam pemesanan, Kemudahan dalam pembayaran ongkos, Kemudahan dalam mencapai lokasi bandara. Pengertian dan pembahaman petugas bandara dalam melayani konsumen.

Hal ini diperkuat pendapat Kotler dan Keller (2009 : 56), Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini maupun penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan bentuk perhatian pihak PT Garuda kepada konsumen atas layanan jasa yang diberikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi dalam penelitian ini maka hal-hal yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil regresi linear sederhana Kualitas Pelayanan (X) menunjukkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,913 dengan tanda positif, maka Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan searah dan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X) penilaian paling baik yaitu dari item “Petugas/ Aparatur melakukan pelayanan dengan cermat”. Sedangkan penilaian paling buruk yaitu dari item “Penggunaan alat bantu pelayanan”.
3. Pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) penilaian paling baik yaitu dari item “Ada biaya untuk memesan makanan”. Sedangkan penilaian paling buruk yaitu dari item “Kebebasan pelanggan dalam membandingkan dengan jasa yang lain”.
4. Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Garuda Indonesia. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan signifikansi t variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) $<0,05$.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini, antara lain:

1. Diharapkan pihak PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang dapat menerapkan variabel kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Abdulrachman Saleh Malang. Mengenai hal tersebut pihak PT Garuda Indonesia hendaknya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan oleh pegawai/ aparaturnya agar kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan. Apabila dilakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan.
3. Penilaian paling buruk pada variabel Kualitas Pelayanan yaitu dari item terkait penggunaan alat bantu pelayanan. Berkenaan dengan hal tersebut, diharapkan PT Garuda Indonesia Airlines memberikan perhatian khusus dengan memberikan pelatihan kepada petugas/ aparaturnya supaya dapat menggunakan alat bantu pelayanan dengan tepat, agar kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan.
4. Penilaian paling buruk pada variabel kepuasan konsumen yaitu dari item terkait kebebasan pelanggan dalam membandingkan dengan jasa yang lain. Berkenaan dengan hal tersebut, diharapkan PT Garuda Indonesia Airlines

5. memberikan kebebasan kepada konsumen supaya dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Edisi Revisi Keenam, Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aritonang, Lerbin R. 2007. *Riset Pemasaran : Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Clolid Narbuko and H. Abdu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara. Jakarta
- Dedi Alamsyah, 2011. *Manajemen Pelayanan Kesehatan*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Fitzsimmons, James and Mona J. Fitzsimmons. dalam Budiman 2006. *Service Management Operations, Strategy and Information Technology*. New York : Mc Graw Hill.
- Hardiansyah (2011) dalam Fahmi Rezha (2013). *Pelayanan Publik*. Yogyakarta. YKPN.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga, Jakarta. Indeks. 2008.
- Lily Harjati Dan Yurike Venesia. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. E-Journal Widya Ekonomika.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moenir, AS. dalam Hardiansyah. 2011. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mursid, 2003. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Jakarta ; Bumi Aksara.

- Oliver, Richard L. 1999 Handi Irawan (2003). *“Whence Costumer Loyalty” Journal Of Marketing.*
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Bogor: Ghalia Indonesia
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Jilid 1. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2006. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung : Alfabeta.
- Singarimbun, M. dan Effendi, S., ed. 1989. *Metode Penelitian Survei.* Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta
- Tjiptono. F., dan Candra., 2005, *Service Quality and Satisfaction.* Yogyakarta Penerbit Andi.
- Tri Hastuti Handayani. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Solo Naskah Publikasi.* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Zeithaml, A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry, dalam Samosi. 2005, *SERVQUAL : A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Quality, Journal of Retailing,* 64, pp. 12-23.
- Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Keputusan Menteri Perhubungan No. 48 Tahun 2002 tentang Penyelenggaraan Bandar Udara Umum
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
- Surat Edaran Menko Wasbang PAN Nomor 56 Tahun 1998 tentang Langkah-Langkah Nyata Memperbaiki Pelayanan Masyarakat

Lampiran 1 Surat Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia
Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227
http://fia.ub.ac.id E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 7074/UN10.3/AK/2016
Lampiran : -
Hal : Riset

Kepada : Yth. Bapak Agung Prabowo
General Manager Garuda Indonesia Airlines Branch Office Malang
Jl. Letjend Sutoyo No. 32-34
Malang

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan Studi Pendahuluan Riset untuk Mata Kuliah Skripsi bagi mahasiswa :

Nama	: Fitria Merdwika Hardi
Alamat	: Jl. Papa Ungu No.35 Malang
NIM	: 125030101111005
Program Studi	: Ilmu Administrasi Publik
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang)
Lamanya	: 1 (Satu) Bulan
Peserta	: 1 (Satu) Orang

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 10 Mei 2016

Mengetahui,
a.n. Dekan
Ketua Prodi Administrasi Publik
Ub. Sekretaris



Rendra Eko Wismanu, S.AP., M.AP
NIK. 2011078512141001

Lampiran 2 Kuisisioner**PENELITIAN SKRIPSI**

Kepada :

Yth. Konsumen PT. Garuda Indonesia Airlines

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian untuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi di Bandara Abdulrachman Saleh Malang)” yang sedang dilaksanakan, dengan ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner dengan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kesediaan saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas perhatian dan kesediaan saudara untuk mengisi kuisisioner ini saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Fitria Merdwika Hardi

Petunjuk: Isilah pertanyaan dengan jawaban yang Anda anggap paling sesuai!

1. Usia : a. ≤ 20 tahun d. 31-35 tahun
b. 21-25 tahun e. 36-40 tahun
c. 26-30 tahun f. ≥ 41 tahun
2. Jenis kelamin : (laki-laki/perempuan)
3. Pendidikan terakhir : a. SD c. SMA/SMK
b. SMP d. Sarjana
f. Lainnya**
4. Pekerjaan : a. PNS
b. Pegawai Swasta
c. Wiraswasta
d. ABRI
e. Lain-lain

(**) sebutkan.

Petunjuk: berilah tanda centang (✓) pada kolom-kolom di bawah ini sesuai dengan pilihan jawaban Anda.

Keterangan:

Skala	Nilai
SB : Sangat Baik	5
B : Baik	4
N : Netral	3
KB : Kurang Baik	2
TB : Tidak baik	1

TANGIBLES (Bukti Fisik)

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
1.	Apakah penampilan Petugas/ Aparatur PT. Garuda Indonesia dalam melayani pelanggan sudah baik ?					
2.	Apakah PT. Garuda Indonesia memberikan kenyamanan tempat melakukan pelayanan ?					
3.	Apakah Petugas/ Aparatur PT. Garuda Indonesia memberikan kemudahan dalam proses pelayanan ?					
4.	Apakah petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia disiplin dalam melakukan pelayanan ?					
5.	Apakah petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia memberikan kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan ?					
6.	Apakah petugas/ aparatur PT. Garuda Indonesia membantu dalam penggunaan alat bantu pelayanan ?					

RELIABILITY (Kehandalan)

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
Ketepatan Waktu						
7.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia cermat dalam melayani pelanggan ?					
8.	Apakah PT. Garuda Indonesia memiliki standar pelayanan yang jelas ?					

9.	Apakah petugas/ aparat PT. Garuda Indonesia mampu dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan ?					
10	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia membantu dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan					

RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
11.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan ?					
12.	Apakah petugas/ aparat PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan cepat ?					
13.	Apakah petugas/ aparat PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan tepat ?					
14.	Apakah petugas/ aparat PT. Garuda Indonesia melakukan pelayanan dengan cermat ?					
15.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia merespon semua keluhan pelanggan ?					

ASSURANCE (Jaminan)

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
16.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan ?					
17.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan biaya dalam pelayanan ?					
18.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan ?					
19.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan ?					

EMPATHY (Empati)

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
20.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan ?					
21.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan sikap ramah ?					
22.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan sikap sopan santun ?					
23.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia melayani dengan tidak diskriminatif ?					
24.	Apakah petugas PT. Garuda Indonesia melayani dan menghargai setiap pelanggan ?					

KEPUASAN KONSUMEN

No.	Pertanyaan	SB	B	N	KB	TB
Kualitas produk						
1.	Apakah konsumen puas dengan kondisi pesawat PT. Garuda Indonesia yang ada ?					
2.	Apakah konsumen puas dengan fasilitas PT. Garuda Indonesia yang modern ?					
3.	Apakah konsumen puas dengan pilot PT. Garuda Indonesia yang berpengalaman ?					
Kualitas Pelayanan						
4.	Apakah konsumen puas dengan pelayanan PT. Garuda Indonesia karyawan yang mempunyai Etika atau Tata Krama yang baik ?					
5.	Apakah konsumen puas akan kerapian karyawan					
6.	Apakah konsumen puas akan kecepatan karyawan dalam menangani pelanggan					

Emosional					
7.	Apakah konsumen puas kebebasan pelanggan dalam membandingkan dengan jasa yang lain ?				
8.	Apakah konsumen puas dengan mendapatkan rekomendasi dari keluarga atau teman ?				
9.	Apakah konsumen puas dengan rasa gengsi yang tinggi dengan memilih salah satu produk jasa ?				
Harga					
10.	Apakah konsumen puas dengan harga tiket yang mahal ?				
11.	Apakah konsumen puas dengan harga tiket bersaing dengan penerbangan lain ?				
12.	Apakah konsumen puas dengan kesesuaian Harga dengan fasilitas yang ditawarkan ?				
Biaya					
13.	Apakah konsumen puas dengan tidak ada biaya tambahan (Tiket) ?				
14.	Biaya tambahan barang bawaan (Bagasi)				
15.	Apakah konsumen puas ada biaya untuk memesan makanan ?				
16.	Apakah konsumen puas dengan ada biaya untuk memesan minuman ?				

Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X)

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	33	45,8	45,8	45,8
	Baik	31	43,1	43,1	88,9
	Netral	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	33	45,8	45,8	45,8
	Baik	36	50,0	50,0	95,8
	Netral	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	42	58,3	58,3	58,3
	Baik	26	36,1	36,1	94,4
	Netral	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	41	56,9	56,9	56,9
	Baik	27	37,5	37,5	94,4
	Netral	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	38	52,8	52,8	52,8
Baik	28	38,9	38,9	91,7
Netral	6	8,3	8,3	100,0
Total	72	100,0	100,0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	20	27,8	27,8	27,8
Baik	33	45,8	45,8	73,6
Netral	19	26,4	26,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	26	36,1	36,1	36,1
Baik	31	43,1	43,1	79,2
Netral	15	20,8	20,8	100,0
Total	72	100,0	100,0	

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	32	44,4	44,4	44,4
Baik	25	34,7	34,7	79,2
Netral	15	20,8	20,8	100,0
Total	72	100,0	100,0	

X9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	32	44,4	44,4	44,4
Baik	23	31,9	31,9	76,4
Netral	17	23,6	23,6	100,0
Total	72	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat baik	33	45,8	45,8	45,8
Baik	36	50,0	50,0	95,8
Netral	3	4,2	4,2	100,0
Total	72	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	42	58,3	58,3	58,3
	Baik	26	36,1	36,1	94,4
	Netral	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	41	56,9	56,9	56,9
	Baik	27	37,5	37,5	94,4
	Netral	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	38	52,8	52,8	52,8
	Baik	28	38,9	38,9	91,7
	Netral	6	8,3	8,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	20	27,8	27,8	27,8
	Baik	33	45,8	45,8	73,6
	Netral	19	26,4	26,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	26	36,1	36,1	36,1
	Baik	31	43,1	43,1	79,2
	Netral	15	20,8	20,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	32	44,4	44,4	44,4
	Baik	25	34,7	34,7	79,2
	Netral	15	20,8	20,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	32	44,4	44,4	44,4
	Baik	23	31,9	31,9	76,4
	Netral	17	23,6	23,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	33	45,8	45,8	45,8
	Baik	26	36,1	36,1	81,9
	Netral	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat baik	18	25,0	25,0	25,0
	Baik	37	51,4	51,4	76,4
	Netral	17	23,6	23,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Mean
X1	72	4,35
X2	72	4,42
X3	72	4,53
X4	72	4,51
X5	72	4,44
X6	72	4,01
X7	72	4,15
X8	72	4,24
X9	72	4,21
X10	72	4,28
X11	72	4,01
X12	72	4,79
X13	72	4,78
X14	72	4,83
X15	72	4,42
X16	72	4,53
X17	72	4,51
X18	72	4,44
X19	72	4,01
X20	72	4,15
X21	72	4,24
X22	72	4,21
X23	72	4,28
X24	72	4,01
Valid N (listwise)	72	

Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (Y)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	44	61,1	61,1	61,1
	Puas	24	33,3	33,3	94,4
	Netral	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	45	62,5	62,5	62,5
	Puas	22	30,6	30,6	93,1
	Netral	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	27	37,5	37,5	37,5
	Puas	32	44,4	44,4	81,9
	Netral	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	9	12,5	12,5	12,5
	Puas	32	44,4	44,4	56,9
	Netral	27	37,5	37,5	94,4
	Kurang puas	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	11	15,3	15,3	15,3
	Puas	31	43,1	43,1	58,3
	Netral	24	33,3	33,3	91,7
	Kurang puas	6	8,3	8,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	15	20,8	20,8	20,8
	Puas	25	34,7	34,7	55,6
	Netral	21	29,2	29,2	84,7
	Kurang puas	11	15,3	15,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	11	15,3	15,3	15,3
	Puas	21	29,2	29,2	44,4
	Netral	24	33,3	33,3	77,8
	Kurang puas	16	22,2	22,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	19	26,4	26,4	26,4
	Puas	30	41,7	41,7	68,1
	Netral	18	25,0	25,0	93,1
	Kurang puas	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	7	9,7	9,7	9,7
	Puas	27	37,5	37,5	47,2
	Netral	32	44,4	44,4	91,7
	Kurang puas	6	8,3	8,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	10	13,9	13,9	13,9
	Puas	33	45,8	45,8	59,7
	Netral	26	36,1	36,1	95,8
	Kurang puas	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	20	27,8	27,8	27,8
	Puas	31	43,1	43,1	70,8
	Netral	18	25,0	25,0	95,8
	Kurang puas	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	42	58,3	58,3	58,3
	Puas	25	34,7	34,7	93,1
	Netral	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	48	66,7	66,7	66,7
	Puas	14	19,4	19,4	86,1
	Netral	10	13,9	13,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

T14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	49	68,1	68,1	68,1
	Puas	21	29,2	29,2	97,2
	Netral	2	2,8	2,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	59	81,9	81,9	81,9
	Puas	12	16,7	16,7	98,6
	Netral	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Y16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat puas	33	45,8	45,8	45,8
	Puas	23	31,9	31,9	77,8
	Netral	12	16,7	16,7	94,4
	Kurang puas	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Mean
Y1	72	4,56
Y2	72	4,56
Y3	72	4,19
Y4	72	3,64
Y5	72	3,65
Y6	72	3,61
Y7	72	3,38
Y8	72	3,88
Y9	72	3,49
Y10	72	3,69
Y11	72	3,94
Y12	72	4,51
Y13	72	4,53
T14	72	4,65
Y15	72	4,81
Y16	72	4,18
Valid N (listwise)	72	

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Correlations

		TotalX
TotalX	Pearson Correlation	1
	N	72
X1	Pearson Correlation	,540**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X2	Pearson Correlation	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X3	Pearson Correlation	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X4	Pearson Correlation	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X5	Pearson Correlation	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X6	Pearson Correlation	,592**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X7	Pearson Correlation	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X8	Pearson Correlation	,584**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		TotalX
TotalX	Pearson Correlation	1
	N	72
X9	Pearson Correlation	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X10	Pearson Correlation	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X11	Pearson Correlation	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X12	Pearson Correlation	,571**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X13	Pearson Correlation	,574**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X14	Pearson Correlation	,579**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X15	Pearson Correlation	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X16	Pearson Correlation	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		TotalX
TotalX	Pearson Correlation	1
	N	72
X17	Pearson Correlation	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X18	Pearson Correlation	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X19	Pearson Correlation	,592**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X20	Pearson Correlation	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X21	Pearson Correlation	,584**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X22	Pearson Correlation	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X23	Pearson Correlation	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
X24	Pearson Correlation	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		TotalY
TotalY	Pearson Correlation	1
	N	72
Y1	Pearson Correlation	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y2	Pearson Correlation	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y3	Pearson Correlation	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y4	Pearson Correlation	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y5	Pearson Correlation	,615**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y6	Pearson Correlation	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y7	Pearson Correlation	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y8	Pearson Correlation	,500**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		TotalY
TotalY	Pearson Correlation	1
	N	72
Y9	Pearson Correlation	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y10	Pearson Correlation	,502**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y11	Pearson Correlation	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y12	Pearson Correlation	,630**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y13	Pearson Correlation	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
T14	Pearson Correlation	,565**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y15	Pearson Correlation	,541**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72
Y16	Pearson Correlation	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Lampiran 7 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4,35	,675	72
X2	4,42	,575	72
X3	4,53	,604	72
X4	4,51	,605	72
X5	4,44	,648	72
X6	4,01	,741	72
X7	4,15	,744	72
X8	4,24	,778	72
X9	4,21	,804	72
X10	4,28	,755	72
X11	4,01	,702	72
X12	4,79	,502	72
X13	4,78	,510	72
X14	4,83	,411	72
X15	4,42	,575	72
X16	4,53	,604	72
X17	4,51	,605	72
X18	4,44	,648	72
X19	4,01	,741	72
X20	4,15	,744	72
X21	4,24	,778	72
X22	4,21	,804	72
X23	4,28	,755	72
X24	4,01	,702	72

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	24

Lampiran 8 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4,56	,603	72
Y2	4,56	,625	72
Y3	4,19	,725	72
Y4	3,64	,775	72
Y5	3,65	,842	72
Y6	3,61	,987	72
Y7	3,38	,999	72
Y8	3,88	,887	72
Y9	3,49	,787	72
Y10	3,69	,762	72
Y11	3,94	,837	72
Y12	4,51	,628	72
Y13	4,53	,731	72
T14	4,65	,535	72
Y15	4,81	,432	72
Y16	4,18	,909	72

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	16

Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan	4,078	,4603	72
Kualitas Layanan	4,350	,4108	72

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,664	,659	,2687

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,105	,339		,311	,757
	Kualitas Layanan	,913	,078	,815	11,763	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

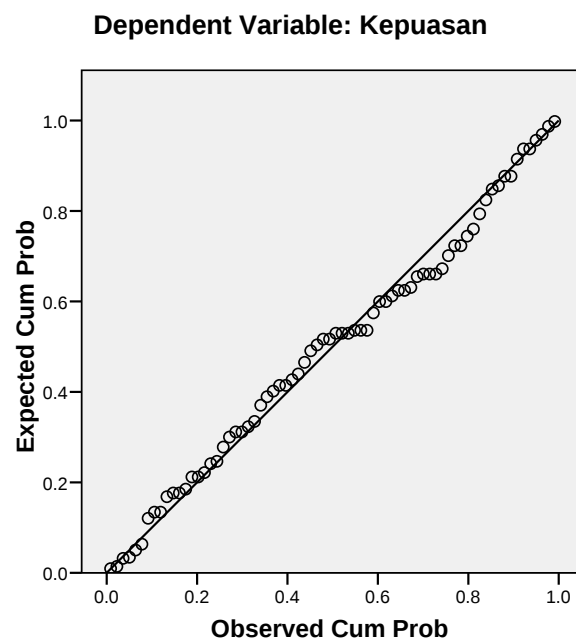
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Layanan	Kepuasan
N		72	72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4,350	4,078
	Std. Deviation	,4108	,4603
Most Extreme Differences	Absolute	,122	,092
	Positive	,090	,092
	Negative	-,122	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		1,038	,779
Asymp. Sig. (2-tailed)		,231	,578

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas)

Coefficients^a

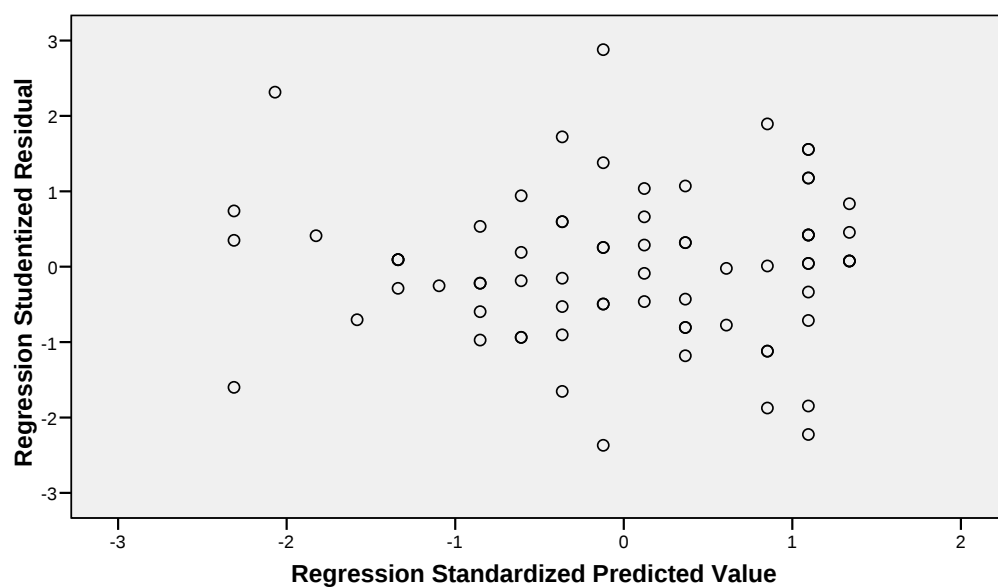
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	,678	1,563

a. Dependent Variable: Kepuasan

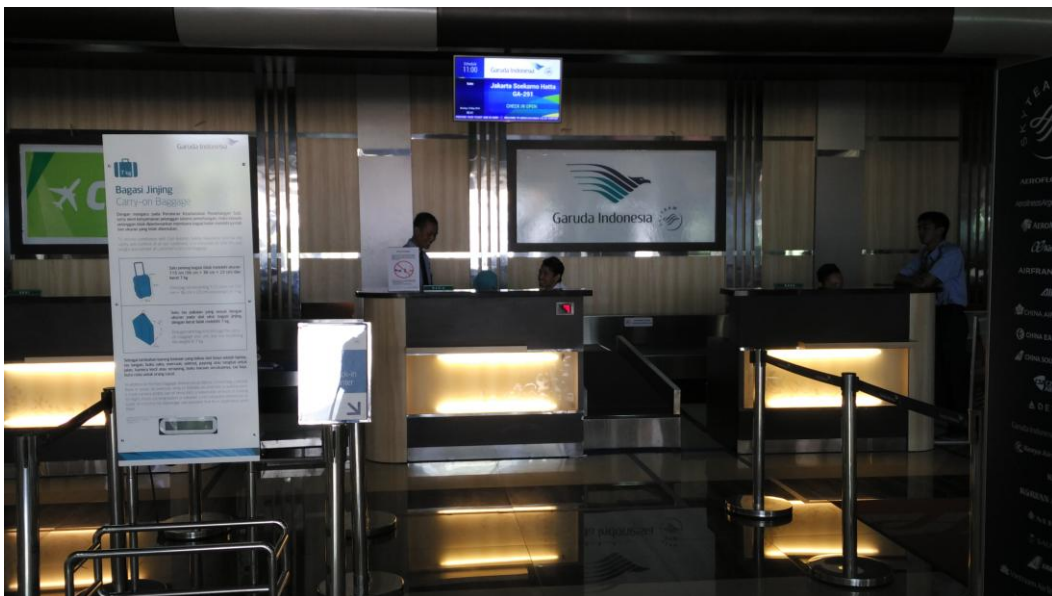
Lampiran 12 Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Heterokedastisitas)

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan



Lampiran 13 Dokumentasi Counter Check-In Garuda Indonesia



Lampiran 14 Dokumentasi Konsumen saat mengisi kuisisioner



