

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Jasa PT. Sriwijaya Air

Maria Helena Fatima Da Cruz Oliveira
STIE “Pariwisata API” Yogyakarta

Giri Kusnanta
STIE “Pariwisata API” Yogyakarta
kusnanto_giri@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality in the form of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles to customer satisfaction in PT.Sriwijaya Air airline. The research data was collected from 100 respondents. The respondents of this research are Timor Leste students who are studying in Yogyakarta and have used PT. Sriwijaya Air. Using Pruposive Sampling method technique with certain consideration and giving questionnaires to every individual encountered with certain criteria. The data collection tools are questionnaires in the form of Likert Scale while the analytical tools of description and Multiple Linear Regression. Data processing is helped of SPSS program. The analysis results show (1) Quality of service which include reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at Sriwijaya Air . Partially there are only four variables that have a positive and significant effect on customer satisfaction are responsiveness (0.262), assurance (0.310), empathy (0.320) and physical evidence (0.757), while one other variable is reliability has no positive and significant effect -0.058) to customer satisfaction. (2) The research results show that 94% of the satisfaction of Sriwijaya Air airline customers is influenced by the quality of service consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence. The remaining 6% is the influence of other variables that are not examined such as price, cost, product quality and emotional.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, sriwijaya airline.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berupa reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan PT.Sriwijaya Air. Data penelitian dikumpulkan dari 100 orang responden. Responden penelitian ini adalah para mahasiswa/mahasiswi Timor-Leste yang sedang melanjutkan studinya di Yogyakarta dan pernah menggunakan maskapai penerbangan PT. Sriwijaya Air. Pengambilan Sampel menggunakan metode Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada setiap individu yang ditemui dengan kriteria tertentu. Alat pengumpulan data berupa kuesioner berbentuk Skala Likert sedangkan alat analisis deskripsi dan Regresi Linier Berganda. Pengolahan data dilakukan secara komputerisasi dengan bantuan SPSS. Hasil analisis memperlihatkan (1) Kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti fisik (tangibles) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Namun secara parsial hanya ada empat variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu daya tanggap (0,262), jaminan (0,310), empati (0,320) dan bukti fisik (0,757), sedangkan satu variabel lainnya yaitu kehandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan (-0,058) terhadap kepuasan pelanggan. (2) Hasil penelitian memperlihatkan 94% dari kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Sriwijaya Air dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri atas kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Sisanya sebesar 6% merupakan pengaruh variabel-variabel lain yang tidak diteliti seperti harga, biaya, kualitas produk dan emosional.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, maskapai penerbangan sriwijaya air.

PENDAHULUAN

Saat ini semakin banyak perusahaan di bidang jasa yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum tingkat kepuasan konsumen tergantung pada kualitas jasa yang diterima. Kualitas jasa sering dijadikan sebagai ukuran bahwa jasa yang ditawarkan perusahaan mampu memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Kualitas jasa menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan jasa karena saat ini kualitas jasa dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Pelayanan yang memuaskan dapat memberikan kepuasan bagi pengguna jasa.

Salah satu usaha di bidang jasa yang menuntut kualitas pelayanan adalah jasa penerbangan. Oleh karena itu penyedia jasa penerbangan harus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para penumpang agar harapan mereka terpenuhi secara konsisten. Semakin cepat dan tepat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna jasa serta sesuai dengan janji yang ditawarkan, akan meningkatkan kepuasan para pengguna jasa tersebut.

Dalam sistem penerbangan nasional, fungsi AIRLINES adalah menyelenggarakan jasa penerbangan dengan tujuan mengantarkan dari satu tempat ke tempat tujuan dengan aman, tepat waktu, dan diatur sedemikian rupa sehingga mampu memanfaatkan sumber daya yang ada.

Yogyakarta merupakan kota pelajar, banyak mahasiswa dari luar kuliah di Yogyakarta. Salah satunya, mahasiswa dari Timor-Leste, salah satu Negara tetangga Indonesia. Memilih Yogyakarta sebagai tempat menuntut ilmu adalah pilihan yang tepat. Yogyakarta banyak menawarkan kemudahan, antara lain tersedianya fasilitas-fasilitas penunjang pendidikan. Lainnya, biaya hidup di Yogyakarta relatif lebih murah dibandingkan kota-kota besar lainnya, baik untuk konsumsi, tempat tinggal dan transportasi. Hal ini bahkan merupakan faktor utama mengapa para mahasiswa dari

Timor-Leste menjadikan Yogyakarta sebagai tujuan melanjutkan studinya. Menurut ketua AETIL (Assosiasi Estudante Timor-Leste), Joao Antonio Guterres, jumlah mahasiswa Timor-Leste di Yogyakarta dari tahun ketahun semakin meningkat, saat ini mahasiswa/mahasiswi Timor-Leste yang melanjutkan studinya di Yogyakarta berjumlah 1.016 orang.

Maskapai yang telah memiliki pelanggan tetap perlu melakukan upaya mempertahankan pelanggannya dengan menjaga loyalitas konsumen. Imbalan dari sebuah loyalitas adalah semakin besar laba yang akan diperoleh oleh penyedia produk atau jasa. Masing-masing maskapai penerbangan harus mampu mengidentifikasi kepuasan konsumen maupun ketidakpuasan konsumen melalui penanganan keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan selama ini.

Saat ini, banyak maskapai penerbangan yang ada di Indonesia, seperti Batavia Air, Garuda Indonesia, Merpati Airlines, Lion Air, Sriwijaya Air, dan sebagainya. Kepuasan terjadi saat penyedia jasa berusaha memenuhi harapan konsumen berdasarkan persepsi konsumen terhadap kepuasan yang diberikan. Peningkatan kepuasan yang semakin baik diharapkan dapat meningkatkan pelanggan pada maskapai penerbangan tersebut.

PT.Sriwijaya Air adalah salah satu jasa penerbangan yang ada saat ini masih dipercaya oleh masyarakat di tengah persaingan dengan maskapai-maskapai penerbangan lainnya. PT.Sriwijaya Air adalah salah satu jasa transportasi udara yang menawarkan tiket murah, hal ini sesuai dengan konsep awal pendiriannya, yakni memberikan pelayanan transportasi udara murah dan terjangkau oleh masyarakat luas dan targetnya adalah masyarakat kelas bawah. Gebrakannya meruntuhkan stereotip sebelumnya bahwanya orang kaya dan masyarakat kelas atas yang mampu naik pesawat. PT.Sriwijaya Air justru ingin mensosialisasikan bahwa transportasi udara

itu murah dan terjangkau masyarakat, termasuk masyarakat menengah bawah. Atas dasar itu pula, PT.Sriwijaya Air mengambil posisi untuk melayani masyarakat menengah dan bawah. PT.Sriwijaya Air telah membuktikan bahwa dengan biaya yang murah, konsumen masih dapat merasakan pelayanan yang memuaskan. PT.Sriwijaya Air dapat terus bertahan sampai saat ini dengan melakukan kebijakan menawarkan harga tarif yang lebih murah dengan tidak mengurangi kepuasan yang diberikan.

PT.Sriwijaya Air merupakan satu-satunya perusahaan penerbangan milik swasta yang melakukan penerbangan ke Timor-Leste. Mulai tanggal 10 Mei 2013, PT.Sriwijaya Air melakukan penerbangan perdana Denpasar-Dili pulang-pergi. Sebelum PT.Sriwijaya Air melakukan penerbangan langsung Denpasar-Dili tersebut, penerbangan Yogyakarta-Timor-Leste dilakukan dua kali yaitu dari Yogyakarta-Surabaya dan Surabaya-Kupang, kemudian dilanjutkan dengan perjalanan darat menuju Dili, sehingga waktu dan jarak tempuh perjalanan menuju Timor-Leste lebih lama. Dengan adanya rute penerbangan langsung maskapai penerbangan Sriwijaya Air Denpasar-Dili maka mahasiswa akan semakin cepat dalam melakukan perjalanan karena hanya satu kali transit di Denpasar dan bisa melakukan penerbangan langsung ke Timor-Leste. Maskapai penerbangan Sriwijaya Air baru satu tahun lebih melayani masyarakat Timor-Leste, namun maskapai ini mengalami peningkatan yang sangat tinggi karena menggebrak pasar dengan program promosi dan menawarkan harga yang relatif lebih murah tanpa mengurangi kepuasan yang diberikan kepada pelanggan. Maskapai PT.Sriwijaya Air (SJ/SJY) adalah maskapai penerbangan yang melayani segmen full-service. Artinya, maskapai PT.Sriwijaya Air memiliki standar pelayanan dengan fasilitas lebih. Maskapai PT.Sriwijaya Air membagi penerbangan dalam dua kelas, yaitu Eksekutif dan Ekonomi. Di kelas eksekutif, maskapai

PT.Sriwijaya Air menawarkan kenyamanan lebih bagi para penumpang yang meliputi fasilitas seperti bagasi 20kg, priority baggage, airport lounge, private car, welcome drink, seat pitch 31 inch, serta inflight snack. Di kelas ekonomi, Sriwijaya Air menawarkan fasilitas bagasi 20kg dan inflight snack. Maskapai PT.Sriwijaya Air juga memiliki inflight shop yang cukup lengkap.

Kualitas jasa yang diberikan perusahaan kepada para pelanggannya menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan di lingkungan bisnis jasa. Kepuasan penumpang pesawat terbang tergantung pada kualitas jasa yang diterima. Untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang sebagai pengguna jasa perlu dipelajari menggunakan lima dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) yaitu bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan karyawan yang sopan dan menarik. Keandalan meliputi ketepatan waktu pelayanan, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik. Daya tanggap menyangkut kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan menyangkut pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan, sedangkan empati meliputi perhatian yang tulus dan bersifat individual.

TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Jasa

Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan kesenangan atau kesehatan) atau

pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen, Lupiyoadi (2001).

Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen. Gronroos mengemukakan definisi lain tentang jasa yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas, Gronroos dalam, Tjiptono (2005).

Dimensi Kualitas Jasa

Definisi bukti langsung menurut Rambat Lupiyoadi (2001) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Menurut Fandy Tjiptono (2005) yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001) kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Menurut Tjiptono (2000) reliabilitas yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono (2007).

Menurut Collier (1978 dalam, Zulian Yumit, 2005:22), memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan tingkat kualitas pelayanan terbaik pada pelanggan (excellent). Kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja pelayanan.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan saling relasi menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Kotler (1997), menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen akan berpengaruh positif terhadap kepuasan, dimana semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003: 85) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas daripada hanya sekedar penilaian dari kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti misalnya faktor situasi, latar belakang individu dan kualitas produk. Kualitas pelayanan (jasa), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu : *expected service* dan *perceived Service*. Apabila pelayanan (jasa) yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan baik dan memuaskan (Panghastuti T, 2016).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian, Oliver dalam, Tjiptono (2000). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi

purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan, Engel, et al, dalam Tjiptono (2000). Kepuasan juga akan muncul jika kebutuhan fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan selama mereka tinggal di tempat tersebut bisa terpenuhi (Priatmoko, 2017).

METODE, DATA, DAN ANALISIS

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan transportasi jasa PT.Sriwijaya Air (Studi Kasus Pada Mahasiswa Timor-Leste di Yogyakarta). Populasi penelitian ini adalah para mahasiswa asal Timor-Leste yang sekarang masih melanjutkan studinya di Yogyakarta, khususnya yang pernah menjadi menggunakan maskapai penerbangan PT.Sriwijaya Air. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Timor-Leste yang pernah menggunakan jasa maskapai penerbangan PT.Sriwijaya Air dan masih melanjutkan studinya di Yogyakarta. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{4Z_{1/2}^2 \cdot \alpha \cdot P(1 - q)}{\omega^2}$$

Dimana :

n=Jumlah sampel

P=Proporsi kesuksesan diharapkan dari sampel

Q=Proporsi (1-p)

Z $\frac{1}{2}\alpha$ =Koefisien konfidensi

ω =Jumlah kesalahan yang dapat ditoleransi dari rata-rata populasi pada batas kiri (L) dan batas kanan (R)

Dengan asumsi p = q = 50%, α = 5% dan Z $\frac{1}{2}\alpha$ = 1,96, L = R 10% sehingga ω = 20% maka berdasarkan rumus sampel dapat ditetapkan sebanyak 100 orang sebagai berikut:

$$n = \frac{\{4 \cdot ((1.96)^2) \cdot (0,50) \cdot (0,50)\}}{(2.0,10)^2}$$

$$= \frac{3,8416}{0,04} = 96,04 = 100 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada setiap individu yang ditemui dengan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah responden atau para mahasiswa/mahasiswi Timor-Leste yang pernah menggunakan jasa pelayanan maskapai PT.Sriwijaya Air dan saat ini sedang melanjutkan studi di Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini pada dasarnya untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas variabel kehandalan/reliability (X1), daya tanggap/responsiveness (X2), jaminan/Assurance (X3), empati/empathy (X4) dan bukti fisik /tangibles (X5) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda, diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	P. Value
(Contant)	0,960	2,669	0,009
Reliability(X ₁)	-0,058	-0,717	0,475
Responsiveness(X ₂)	0,262	2,430	0,017
Assurance(X ₃)	0,310	3,097	0,003
Empathy(X ₄)	0,320	3,146	0,002
Tangibles(X ₅)	0,757	7,788	0,000

Hasil uji F pada taraf signifikansi 5%, disajikan pada table berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig
Regression	1494,284	5	298,857	293,	0,000
Residual	95,826	94	1,019	161	
Total	1590,110	99			

Nilai koefisien determinasi (R²) sebagai berikut :

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,969	0,940	0,937	1,010

Hasil uji t pada taraf signifikansi 5% disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji t Coefficients a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	0,996	0,373		2,669	0,009
Reliability (X ₁)	-0,058	0,081	-0,036	-0,717	0,475
Responsiveness (X ₂)	0,262	0,108	0,156	2,430	0,017
Assurance (X ₃)	0,310	0,100	0,196	3,097	0,003
Empathy (X ₄)	0,320	0,102	0,217	3,146	0,002
Tangibles (X ₅)	0,757	0,097	0,477	7,788	0,000

Dari penelitian yang dilakukan terhadap para mahasiswa /mahasiswi Timor-Leste ini dapat diketahui beberapa hal pertama, dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kehandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*empathy* dan bukti fisik/*tangibles* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air, dalam hal ini mahasiswa/mahasiswi Timor-Leste di Yogyakarta.

Hasil uji F memperlihatkan $F_{hitung} = 293,161$ dan $Sig. = 0,000$. Mengingat $F_{hitung} > F_{tabel} (2,310)$ dan $P < 0,05$, berarti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air.

Oleh karena itu sebagai perusahaan jasa maskapai penerbangan Sriwijaya Air harus meningkatkan kualitas pelayanannya yang ada. Kualitas pelayanan tersebut harus tercermin baik pada kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Kelima variabel tersebut harus mendapatkan perhatian yang sama tidak ada yang lebih penting, tetapi juga jangan sampai ada variabel yang kurang diperhatikan. Sebagai maskapai penerbangan Sriwijaya Air harus memantau kualitas pelayanannya, dan berusaha meningkatkan atau setidaknya mempertahankannya. Perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang menurun dapat merusak reputasi perusahaan dan mengurangi kepuasan pelanggan.

Kedua, secara parsial diketahui bahwa ada lima variabel yang termasuk dalam kualitas pelayanan, ada empat variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan meliputi daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, sedangkan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kehandalan.

Variabel daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air, hal yang membuat mereka tetap memilih dan menggunakan maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Dalam hal ini sangat mungkin mereka mengalami kepuasan karena perusahaan cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan informasi secara tepat dan jelas, juga cepat melayani dan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan. Bisa juga karena saat penerbangan penumpang merasa aman, pramugari melayani kebutuhan pelanggan selama dalam pesawat dengan baik, juga jujur dalam transaksi pembelian tiket. Kepuasan juga didasarkan karena diperlakukan secara personal, dan selalu dilayani dengan ramah. Termasuk kepuasan

karena kelengkapan fasilitas, kondisi pesawat yang terawat, termasuk kebersihannya.

Variabel kehandalan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sangat mungkin terjadi karena walaupun jadwal kedatangan dan keberangkatan sudah tepat waktu, tetapi mereka kurang nyaman karena pada saat *take off* dan *landing* terjadi guncangan, juga karena pelanggan menganggap kehandalan maskapai penerbangan Sriwijaya Air tidak jauh berbeda dengan maskapai penerbangan lain.

Ketiga, besarnya pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air, diperlihatkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi atau R^2 (R^2) sebesar 0,940 menunjukkan 94% dari kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Sriwijaya Air dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Sisanya sebesar 6% merupakan pengaruh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Variabel-variabel lain yang tidak diteliti tetapi ikut mempengaruhi kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Sriwijaya Air sesungguhnya agak sulit dipastikan karena peneliti memang tidak menelitinya secara khusus. Namun bisa diduga hal itu dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, biaya, emosional dan sebagainya. Harga misalnya, konsumen sangat mungkin tetap menggunakan sesuatu produk karena harganya murah walaupun kualitas pelayanannya kurang baik.

Tingginya tingkat kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Sriwijaya Air yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri atas kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik (mencapai 94%), terjadi karena maskapai penerbangan Sriwijaya Air sebagai perusahaan jasa selalu berorientasi memberikan kepuasan yang

optimal bagi para pelanggannya. Selain itu sebagai salah satu maskapai penerbangan yang melayani rute Denpasar-Dili (Timor-Leste), keberadaannya telah banyak memberikan kemudahan yang membuat pelanggan puas, sehingga mereka bisa menerima dan menikmati apapun pelayanan yang diterimanya sebagai penumpang.

Hasil penelitian ini juga tidak jauh berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian Pereira (2011), maupun Hafini Ali Fahmi (2009). Seperti penelitian ini, Pereira (2011) melalui penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Jasa PT. Batavia Air” Hasil analisis menunjukkan secara bersama-sama kelima variabel yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga, seperti penelitian ini, penelitian Fahmi (2009) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Transportasi Jasa PT. Garuda Indonesia Airways Di Jakarta” yang berkesimpulan adanya pengaruh yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hal ini menegaskan setiap perusahaan terutama perusahaan jasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat memuaskan pelanggannya. Tanpa memperlihatkan kualitas pelayanan bisa membuat konsumen tidak loyal bahkan berpindah ke perusahaan lain yang berani memberikan kepuasan yang lebih baik.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data dapatlah ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan *reliability* (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Variabel kualitas pelayanan responsiveness (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
3. Variabel kualitas pelayanan assurance (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
4. Variabel kualitas pelayanan empathy (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
5. Variabel kualitas pelayanan tangibles (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

SARAN

Saran dari hasil analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari penelitian diketahui kalau variabel reliability secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu disarankan agar perusahaan mengkaji kembali bahkan bila perlu mensurvei lagi penyebab mengapa variabel reliability tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya disarankan bisa memperluas penelitian dengan memasukkan variabel-variabel yang belum diteliti seperti harga, biaya, kualitas produk dan emosional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Proses*, Jakarta: Bineka Cipta.
- Aris Pratista 2002. *Aplikasi SPSS.10.50 dalam statistik dan rancangan percobaan*. Alfabet, Bandung.

- Azwar, Saefudin. 1999. *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahmi, Ali.H, 2009. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Transportasi PT.Garuda Indonesia Airways di Jakarta". Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Progam Sarjana, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
- Hadi, Sutrisno. 1991, *Metodologi Reach*.Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Kotler P. 2002, *Manajemen Pemasaran Persertif Asia*, Alih Bahasa : Benyamin Molan, Edisi Pertama Bahasa Indonesia, Andi dan Person Education Asia Pte. Ltd, Yogyakarta
- 2000, *Manajemen Pemasaran, Terjemahan, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta : MASKAPAI PENERBANGANPrenhalindo.
- 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Mellenium*, Pearson Education Asia Pte.Ltd, dan MASKAPAI PENERBANGANPrenhalindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Latifa, 2008, *Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Merpati Nusantara Airlines*. Skripsi. Jakarta. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
- Nur Indriantoro dan Bambang Sopomo.2002, *Metologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Panghastuti, T. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tampilan Museum Dan Manajemen Koleksi Terhadap Kepuasan Wisatawan Monumen Yogya Kembali*. *Wahana Informasi Pariwisata: Media Wisata*, 14(2).
- Pereira, Dos Santos, 2011. "Analisis Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada

- Perusahaan Transportasi Jasa Batavia Air”. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Progam Sarjana, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 72–82.
- Soeroso, Amiluhur. 2011. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi. Stie “Pariwisata API”, Yogyakarta
- Sugiyono.(2005), Metode Penelitian Bisnis, CV. Alfabeta. Bandung. 2009, Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.Bandung .2013, Metode Penelitian Manajemen. Bandung : Alfabeta.Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2000, Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer.Yogyakarta : Andi.2005, Service, Quality & Satisfaction.Yogyakarta : Andi. 2007, Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia.
- www.sriwijayaair.co.id. 2003,Profil Sriwijaya Air, diakses 17 Oktober 2014.
- Zulian Yumit. 2005, Manajemen Kualitas Pelayanan, Yogyakarta : Ekonisa.