

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Lion Air
(Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom)**

*Impact Of Service Quality On Costumer Satisfaction In Lion Air (Study Of Business
Administration Students Telkom University)*

M.Hanis Sadiqin¹, Trisha Gilang Saraswati.²

^{1,2}Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹hanissadiqin@gmail.com, ²trishasaraswati@gmail.com

Abstrak

Dengan bertambahnya mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom dari tahun ke tahun dan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah baik dari daerah Bandung maupun dari daerah luar Bandung maka akan bertambah pula transportasi darat dan udara yang banyak digunakan oleh mahasiswa yang berada dari daerah luar Bandung. Dari beberapa mahasiswa Administrasi Bisnis yang berada dari luar daerah Bandung mereka pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air sebagai alternative transportasi mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiviness*, *assurance*, terhadap kepuasan pelanggan, dan aspek apa saja yang menjadi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa penerbangan Lion Air. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan analisis linear berganda. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik dalam mengumpulkan data adalah wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jenis *incidental sampling* dan responden sebanyak 100 mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air berada pada kategori baik dengan presentase sebesar 73,2%. Hasil hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan presentase 60,4%. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa *tangible* dengan presentase 15,27%, *responsiviness* dengan presentase 9,97 dan *assurance* dengan presentase 24,84% berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Telkom University Business Administration students come from various regions both from the Bandung area and from outside Bandung. for students who come from outside Bandung need both land and air transportation to return to their respective regions during the holiday period. From several Business Administration students who are from outside the Bandung area they have used Lion Air flight services as an alternative provider of their transportation services. The purpose of this study was to determine how the influence of service quality consisting of tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance, to customer satisfaction in Lion Air Flight Service The method used in this study is quantitative methods, types of descriptive research and multiple linear analysis. The data used are primary and secondary data. The technique in collecting data is interviews, questionnaires and literature studies. Sampling uses non-probability sampling method with incidental sampling type and respondents as many as 100 Telkom University Business Administration students who have used Lion Air flight services.

The results showed that customer satisfaction in Lion Air airlines was in the good category with a percentage of 73.2%. Simultaneous hypothesis results indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a percentage of 60.4%. The partial hypothesis test results show that the tangible with a percentage of 15.27%, responsiveness with a percentage of 9.97% and assurance with a percentage of 24.84% have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik industri penerbangan cukup besar dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut. Kecenderungan meningkatnya mobilitas penduduk, baik untuk bekerja, kunjungan keluarga, maupun wisata, seiring meningkatnya daya beli masyarakat, mendorong potensi tersendiri bagi industri penerbangan.

Jumlah penumpang semakin meningkat dari empat tahun terakhir pada penerbangan domestik dan internasional. Pada tahun 2013 jumlah penumpang di sejumlah bandara di Indonesia mencapai 68,5 juta orang dengan jumlah penumpang domestik 55,7 juta orang dan 13 juta orang penumpang untuk penerbangan internasional. Pada tahun 2014 jumlah penumpang mencapai 72,6 juta orang naik 5,6% dari tahun 2013 dengan jumlah penumpang penerbangan domestik 58,9 juta orang dan 13,7 juta orang untuk penerbangan internasional. Pada tahun 2015 jumlah penumpang mencapai 82,5 juta naik 8,5% dari tahun 2014 dengan jumlah penumpang penerbangan domestik 68,8 juta orang dan 13,7 untuk jumlah penumpang penerbangan internasional. Pada tahun 2016 jumlah penumpang mencapai 95,2 juta orang naik 12,5% dari tahun 2015 dengan jumlah penumpang penerbangan domestik 80,4 juta orang dan 14,8 juta orang untuk jumlah penumpang penerbangan internasional.

Berdasar artikel berjudul "Lion Air Raja Maskapai Indonesia dimuat pada website databoks.katada.co.id tahun 2016, menyebutkan bahwamenurut data Kementerian Perhubungan, jumlah penumpang Lion Air 14,7 juta penumpang untuk perjalanan domestik pada semester I 2016. Jumlah ini setara dengan 34,7 persen dari total penumpang maskapai penerbangan berjadwal domestik, yakni 42,3 juta. Meskipun maskapai Lion Air merajai dalam penerbangan domestik, berdasarkan informasi dari artikel yang berjudul "Keluhan Berulang Penumpang Kepada Lion Air" yang di muat pada website Kompas.com tahun 2016 menyebutkan bahwa penumpang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh maskapai Lion Air terkait dengan masalah *delay* dan kurang tanggapnya pihak manajemen Lion Air dalam memberikan informasi yang jelas kepada penumpang di saat penumpang membutuhkan informasi itu yang membuat sejumlah penumpang merasa kecewa atas kejadian tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut dan uraian yang sudah dipaparkan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Lion Air".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Lion Air ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air secara simultan?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air secara parsial ?

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pemasaran

Menurut Suhartono (2014 : 2), pemasaran merupakan suatu proses untuk membuat, mengkomunikasikan, menyalurkan, dan mempertukarkan, sesuatu (baik barang maupun jasa) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, *klien*, *partner*, maupun masyarakat secara keseluruhan

2.2 Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler dan Keller, 2012 dalam Tjiptono, 2014:26).

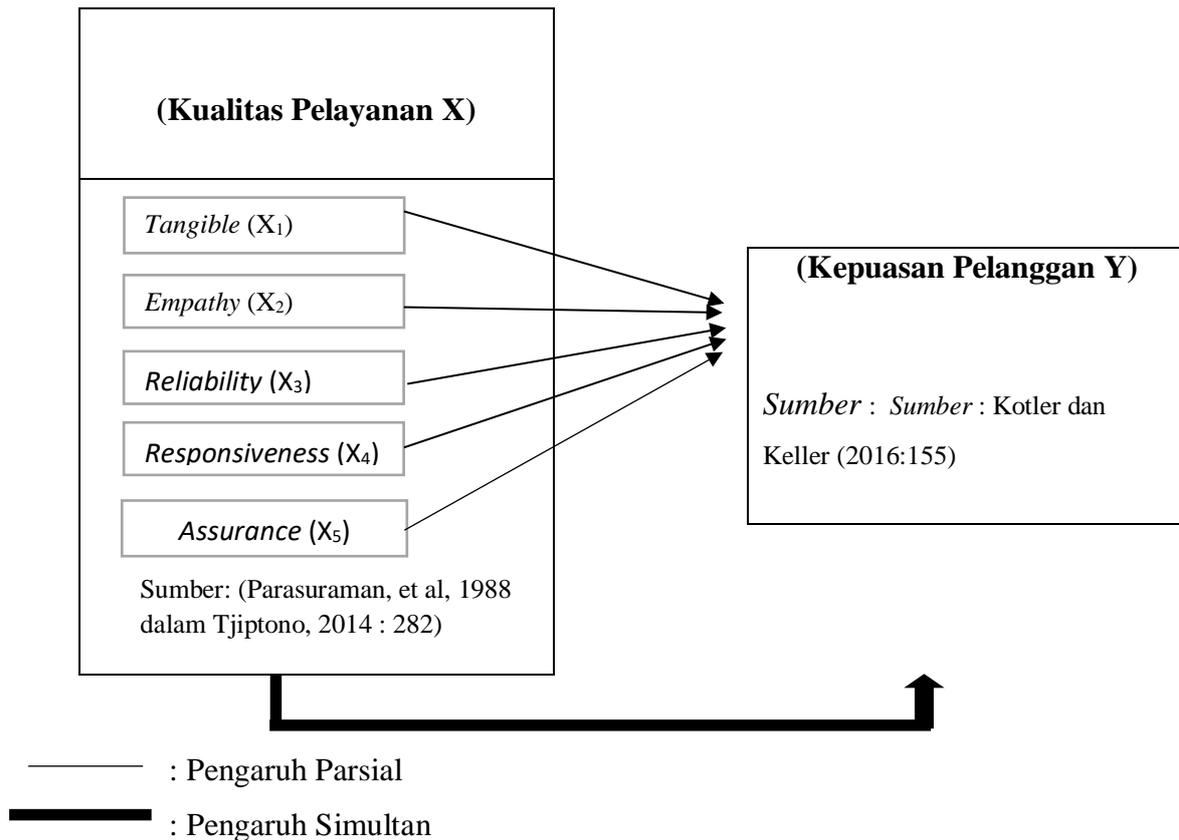
2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011:11), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2012 dalam Tjiptono, 2014: 354).

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Sugiyono (2013 : 93), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta - fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan skema kerangka pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya adalah "Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan dan Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air".

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang menggunakan jasa Lion Air. Pada penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui, sehingga penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut:

$$n \geq \frac{\left[\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}} \right]^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimum.

Z = Kuadrat dari *confidence interval*.

$\frac{\alpha}{2^2}$ = Tingkat kepercayaan.

e = Tingkat kesalahan yang masih dapat diterima.

p = Perkiraan proporsi keberhasilan.

q = Perkiraan proporsi kegagalan atau 1-p.

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n \geq \frac{[1,96]^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n \geq \frac{[3,8416] \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n \geq 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitung sampel, diperoleh angka 96,04 untuk jumlah sampel minimum, tetapi penulis membulatkannya menjadi 100 responden untuk mengurangi kesalahan dalam pengisian kuesioner.

4 Hasil Penelitian

4.1 Hasil Analisis Deskriptif

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)

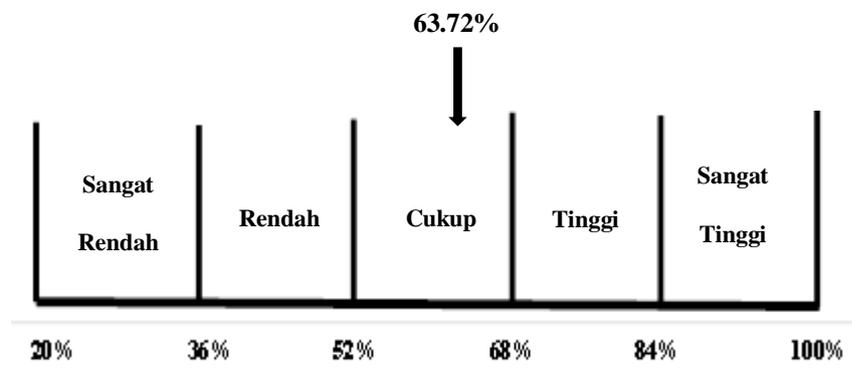
Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X) dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)

NO	VARIABEL	SKOR	PERSENTASE
1	<i>Tangible</i>	1063	70,8%
2	<i>Empathy</i>	957	63,8%
3	<i>Reliability</i>	893	59,5%
4	<i>Responsiviness</i>	849	56,6%
5	<i>Assurance</i>	1017	67,8%
Jumlah skor			4.779
Persentase Skor			63,72% (cukup)

Tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dapat digambarkan pada garis kontinum berikut ini

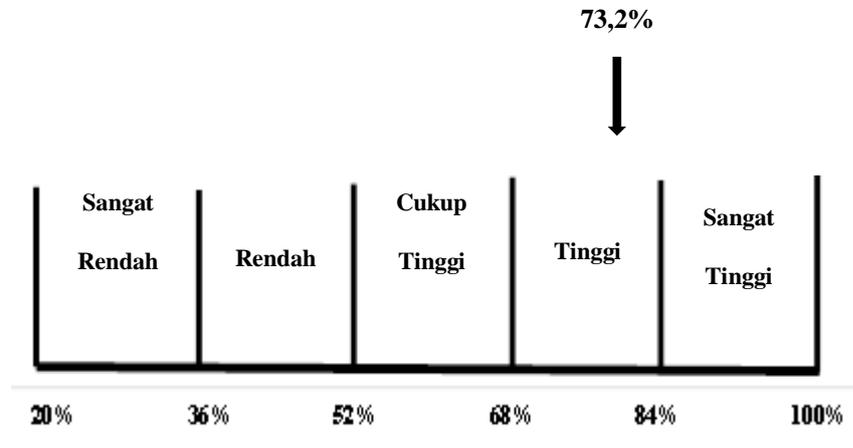


Gambar 2
Persentase Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Berdasarkan gambar 2. secara keseluruhan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan Lion Air berada pada kategori cukup dengan nilai persentase sebesar 63,72%.

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada pada kategori tinggi dengan nilai persentase sebesar 73,2%. Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada garis kontinum berikut ini:



Gambar 3
Posisi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada Garis Kontinum

4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) X1, empati (*emphaty*) X2, keandalan (*reliability*) X3, daya tanggap (*responsiveness*) X4, jaminan (*asurance*) X5 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0,004 + 0,296 X1 + (-0,021 X2) + 0,193 X3 + 0,194 X4 + 0,369 X5$$

Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Konstanta sebesar 0,004, artinya jika variabel *tangible* (X1), *empathy* (X2), *reliability* (X3), *responsiveness* (X4), *assurance* (X5) bernilai nol, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mendapatkan nilai sebesar 0,004
2. Koefisiensi regresi untuk *tangible* (X1) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara *tangible* (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) maskapai Lion Air. Koefisiensi regresi variabel *tangible* (X1) adalah 0,296, artinya jika variabel *tangible* (X1) meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air meningkat 0,296
3. Koefisiensi regresi untuk *empathy* (X2) bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan searah antara *empathy* (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) maskapai Lion Air. Koefisiensi regresi variabel *empathy* (X2) adalah -0,021, artinya jika variabel *empathy* (X2) meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air menurun 0,021
4. Koefisiensi regresi untuk *reliability* (X3) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara *reliability* (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y) maskapai Lion Air. Koefisiensi regresi variabel *reliability* (X3) adalah 0,193, artinya jika variabel *reliability* (X3) meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air meningkat 0,193.
5. Koefisiensi regresi untuk *responsiveness* (X4) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara *responsiveness* (X4) dengan kepuasan pelanggan (Y) maskapai Lion Air. Koefisiensi regresi variabel *responsiveness* (X4) adalah 0,194, artinya jika variabel *responsiveness* (X4) meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air meningkat 0,194

6. Koefisiensi regresi untuk *assurance* (X5) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara *assurance* (X5) dengan kepuasan pelanggan (Y) maskapai Lion Air. Koefisiensi regresi variabel *assurance* (X5) adalah 0,369, artinya jika variabel *assurance* (X5) meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air meningkat 0,369.

4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel bebas yaitu pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) .

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	368,323	5	73,665	28,627	,000 ^b
Residual	241,890	94	2,573		
Total	610,212	99			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), assurance, empathy, responsiveness, tangible, reliability

Berdasarkan hasil pada tabel 2 diketahui nilai Fhitung sebesar 28,627 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan (α) = 0,05 serta derajat kebebasan $df_1 = 5$ (pembilang), dan df_2 (penyebut) = 94, maka didapat $F_{tabel} = 2,311$. Dikarenakan $F_{hitung}(28,627) > F_{tabel}(2,311)$, dengan $Sig. 0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel *tangible* (X1), *empathy* (X2), *reliability* (X3), *responsiveness* (X4) dan *assurance* (X5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4.4 Koefisien Determinasi (R²)

Analisis regresi, koefisien determinasi dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Cara untuk menghitung *R square* menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,604 \times 100\%$$

$$KD = 60,4\%$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 60,4%. Sehingga menunjukkan bahwa *tangible* (X1), *empathy* (X2), *reliability* (X3), *responsiveness* (X4) dan *assurance* (X5) memberikan pengaruh secara simultan (bersama-sama) 60,4% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 39,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,004	,882		,005	,996		
tangible	,296	,092	,258	3,234	,002	,664	1,507
empathy	-,021	,084	-,021	-,254	,800	,634	1,578
reliability	,193	,108	,180	1,794	,076	,417	2,396
responsiveness	,194	,092	,183	2,097	,039	,554	1,806
assurance	,369	,094	,360	3,916	,000	,500	2,001

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa:

1. Pengujian hipotesis parsial pada variabel *tangible* (X1)
Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 94 didapat nilai T tabel = 1,985. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai T hitung untuk *tangible* (X1) sebesar 3,234 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,02 < 0,05 artinya H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *tangible* (X1), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Pengujian hipotesis parsial pada variabel *empathy* (X2)
Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 94 didapat nilai T tabel = 1,985. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai T hitung untuk *empathy* (X2) sebesar -0,254 < T tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,80 > 0,05 artinya H0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *empathy* (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Pengujian hipotesis parsial pada variabel *reliability* (X3)
Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 94 didapat nilai T tabel = 1,985. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai T hitung untuk *reliability* (X3) sebesar 1,794 < T tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,07 > 0,05 artinya H0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *reliability* (X3), secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Pengujian hipotesis parsial pada variabel *responsiveness* (X4)
Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 94 didapat nilai T tabel = 1,985. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai T hitung untuk *responsiveness* (X4) sebesar 2,097 > T tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,03 < 0,05 artinya H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* (X4), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
5. Pengujian hipotesis parsial pada variabel *assurance* (X5)
Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 94 didapat nilai T tabel = 1,985. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai T hitung untuk *assurance* (X5) sebesar 3,916 > T tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,00 < 0,05 artinya H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *assurance* (X5), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Analisis besarnya pengaruh parsial digunakan untuk mengetahui seberapa erat pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis korelasi parsial berdasarkan hasil pengolahan SPSS dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4
Pengaruh Secara Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	.004	.882		.005	.996			
tangibel	.296	.092	.258	3.234	.002	.592	.316	.210
empaty	-.021	.084	-.021	-.254	.800	.430	-.026	-.017
reliability	.193	.108	.180	1.794	.076	.619	.182	.116
responsiveness	.194	.092	.183	2.097	.039	.545	.211	.136
assurance	.369	.094	.360	3.916	.000	.690	.375	.254

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4 diketahui bahwa pengaruh variabel *tangible* (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 15,27% , variabel *empathy* (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar -0,90%, variabel *reliability* (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 11,14%, variabel *responsiveness* (X4) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 9,97%, variabel *assurance* (X5) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 24,845%.

4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan karakteristik responden mengenai jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 62% atau sebanyak 62 orang lebih dominan di bandingkan jenis kelamin perempuan, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang menjadi pengguna jasa maskapai Lion Air adalah laki-laki.

Berdasarkan karakteristik responden mengenai usia menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak berusia 18-20 tahun sebesar 53% atau 53 orang, hal ini menunjukan sebagian besar mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang menjadi pelanggan maskapai Lion Air berusia 18-20 tahun. Karena usia 18-20 tahun lebih banyak mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah yang mengharuskan menggunakan jasa penerbangan.

Berdasarkan karakteristik responden mengenai pengeluaran perbulan menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak pengeluaran perbulan adalah Rp500.000 – Rp1.000.000 sebesar 39% atau 39 orang, hal ini menunjukkan mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang menjadi pelanggan maskapai Lion Air adalah rata-rata pengeluaran perbulan Rp500.000 – Rp1.000.000.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel independen kualitas pelayanan yang terdapat pada masakapai Lion Air secara keseluruhan berada dalam kategori cukup baik dengan memperoleh hasil sebesar 4.779 dengan persentase 63,72%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdapat pada maskapai Lion Air sudah cukup baik, karna dilihat dari *tangible* Lion Air telah memberikan fasilitas yang baik dan bersih sehingga membuat para pelanggan merasa begitu nyaman, dilihat dari *empathy* maskapai Lion Air telah melayani pelanggan dengan memahami keperluan pelanggan sehingga pelanggan merasa kebutuhannya telah terpenuhi, dilihat dari *reliability* maskapai Lion Air memiliki karyawan yang profesional sehingga pada saat penanganan transaksi dilakukan dengan tepat waktu sesuai keinginan pelanggan, dilihat dari *responsiveness* maskapai Lion Air telah memberikan informasi dengan tatanan bahasa yang baik dan umum digunakan sehingga informasi yang didapatkan pelanggan mudah untuk dimengerti, dilihat dari *assurance* maskapai Lion telah memberikan jaminan sehingga pelanggan merasa lebih tenang dan aman dalam menggunakan jasa maskapai Lion Air.

Sedangkan untuk variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, memperoleh hasil sebesar 1099 dengan persentase 73,2% dan masuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sudah baik, dilihat dari pelanggan merasa puas dan pelayanan yang sudah sesuai harapan serta kesediaan penumpang untuk merekomendasikan maskapai Lion Air kepada orang lain.

Berdasarkan hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel *tangible* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti, hal ini dikarenakan Lion Air telah memberikan perubahan pada fasilitas yang ditawarkan seperti tempat yang nyaman, ruang yang bersih dan penampilan yang menarik sehingga mendapatkan nilai positif dari pelanggan, selanjutnya variabel *empathy* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti, hal ini dikarenakan Lion Air dianggap belum dapat memahami kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan serta belum menunjukkan kesungguhannya sehingga mendapatkan nilai negatif dari pelanggan, selanjutnya variabel *reliability* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak

terbukti, hal ini dikarenakan Lion Air belum optimal dalam memberikan pelayanan dengan terkait dengan ketepatan waktu, keakuratan transaksi dan tindakan profesional yang dilakukan oleh karyawan Lion Air sehingga masih mendapatkan nilai positif dari pelanggan, selanjutnya variabel *responsiviness* (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti, hal ini dikarenakan informasi yang diberikan kepada pelanggan pada saat pembatalan dan penundaan sudah cukup cepat dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh para pelanggan sehingga mendapatkan nilai positif dari pelanggan, selanjutnya variabel *assurance* (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti, hal ini dikarenakan jaminan bagasi, keamanan dan keselamatan yang diberikan sudah cukup sesuai dengan apa yang sudah di keluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan jaminan tersebut sehingga mendapatkan nilai positif dari pelanggan.

5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas pelayanan variabel *tangible* berada pada kategori baik dengan presentase sebesar 70,8%, selanjutnya variabel *empathy* berada pada kategori cukup baik dengan presentase sebesar 63,8%, selanjutnya variabel *reliability* berada pada kategori cukup baik dengan presentase sebesar 59,5%, selanjutnya variabel *responsiviness* berada pada kategori cukup baik dengan presentase sebesar 56,6%, selanjutnya variabel *assurance* berada pada kategori cukup baik dengan presentase sebesar 67,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air berada pada kategori cukup baik dengan presentase sebesar 63,7.
2. Kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom dinilai baik oleh responden selaku pengguna jasa maskapai Lion Air dengan presentase sebesar 73,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan maskapai Lion Air pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom merasa puas terhadap pelayan yang diberikan.
3. Variabel kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan sebesar 60,4% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya sebesar 39,6% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
4. Untuk pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan menyatakan bahwa variabel *tangible* (X1) memiliki pengaruh positif sebesar 15,27%, variabel *empathy* (X2) memiliki pengaruh negatif sebesar -0,90%, variabel *reliability* (X3) memiliki pengaruh positif sebesar 11,14%, variabel *responsiviness* (X4) memiliki pengaruh positif sebesar 9,97%, variabel *assurance* (X5) memiliki pengaruh positif sebesar 24,84%. Berdasarkan Uji T menyatakan bahwa yang berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah variabel *tangible* (X1), variabel *responsiviness* (X4) dan variabel *assurance* (X5), sedangkan variabel *empathy* (X2) dan variabel *reliability* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

5.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menjabarkan objek dengan lebih luas lagi serta terperinci dan juga diharapkan untuk memasukkan atau menambahkan variabel selain *tangibel*, *empathy*, *reliability*, *responsiviness*, *assurance*. Untuk penelitian dapat dijadikan referensi untuk bahan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyana, Miar Astiti. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kapal Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak (Studi Pada Jasa Pemanduan Kapal)*. E-Jurnal UNESA, Vol 3, No 17.
- Adiputra, Nuriansyah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes*. Universitas Telkom.
- Adinda Wahyu Azmarani. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier (Studi Deskriptif Di PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya)*. Journal Unair, Vol 4, No 3.
- A baker, David MC. (2013). *Service Quality And Customer Satisfaction In The Airline Industry: A Comparison Between Legacy Airlines And Low Cost Airlines*. *American Journal of Tourism Research*, Vol 2, No 3.
- Arokiasamy, Anantha Raj A., dan Abdul Ghani Kanesanbin Abdullah. (2013). *Service Quality And Customer Satisfaction In The Celluler Telecommunication Service Provider In Malaysia*. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol 4, Iss 2.
- Basuki, A.T. & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (edisi 1)*. Jakarta: RajaGrafindo.Persada.
- Dephub. (2015). *Jumlah Penumpang Angkutan Udara 2014 Mencapai 72,6 Juta Orang* :
<http://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/2374>.
- Dephub (2015). *Jumlah Penumpang Angkutan Udara 2014 Mencapai 72,6 Juta Orang* :
<http://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/2374>
- Dephub. (2016). *Tahun 2015, Jumlah Penumpang Udara Mencapai 82,5 Juta Orang* :
<http://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/2829>.
- Databoks Katadata. (2016). *Lion Air Raja Maskapai Indonesia* :
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/09/lion-air-raja-maskapai-indonesia>.
- Ekonomi Kompas. (2017). *Batik Air dan Wings Air Perkuat Layanan di Timur* :
<https://kompas.id/baca/ekonomi/2017/05/05/batik-air-dan-wings-air-perkuat-layanan-di-timur/>.
- Isra, Jose Muhammad. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uber Car (Studi Pada Konsumen Uber Car Di Kota Bnadung)*. Universitas Telkom.
- Jakarta Kompas. (2016). *Keluhan Berulang Penumpang Kepada Lion Air* :
<https://megapolitan.kompas.com/read/2016/02/25/10564751/keluhan.berulang.penumpang.kepada.lion.air?page=all>.
- Jothi, A. Lenin. (2016). *Service Quality And Customer Satisfaction In Life Insurance Business*. *Australian Journal Of Basic and Applied Sciences*, Vol. 10(1), Pages: 636-641.
- Khair, Hafizhul. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Atas Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Tahun 2016)*. Universitas Telkom.
- Koestanto, T.H. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10.
- Kotler, P. & Kevin L. K. (2014). *Manajemen Pemasaran, (Edisi 13 jilid 1)* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Kevin L. K. (2016). *Marketing Management,(Global Edition, 15)* England: Pearson Education.
- Kotler, P. & Kevin L. K. (2012). *Marketing Management,(Global Edition, 14)* Harlow: Pearson Education.

- Kereta, Laurensius Boro. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur*. Jurnal Administrasi Publik Dan Birokrasi, Vol 1, No 3.
- Kompasiana. (2015). Kupas Tuntas Low Cost Carrier (LCC) : https://www.kompasiana.com/aramorissette/kupas-tuntas-low-cost-carrier-lcc_54f37637745513902b6c75eb.
- Lia Effi Sukamma, Abdul Muthalib. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan*. Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Vol 2, No 1-7.
- Lionair. (2017). *Tentang Lion Air* : <http://www.lionair.co.id/id/lion-experience/about>
- Lion Air. (2017). *Penjelasan Jaminan Lion Air Travel Insurance* : <http://www.lionair.co.id/id/layanan-pemesanan/asuransi-perjalanan/brosur-online>.
- Nasution, Dzukron Hamidan. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media Di Indonesia (Study Kasus Layanan Triple Play Di Pulau Jawa)*. Universitas Telkom.
- Mukeri Warso, Moh., Rochyan Ridlo Rien Rizky, dan Aziz Fathoni. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen PT Graha Service Indonesia Cabang Semarang)*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman, Muhammad Arief. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Terhadap Apotek Telkomedika Di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Selvakumar, J. Joshua. (2015).). *Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction In Public Sector And Private Sector Banks. A Journal of Management Ethics and Spirituality*, Vol VIII, No I.
- Suhartanto. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*.
- Shafiq, Yasir, Imran Shafique, Muhammad Saadat Din, dan Khaliq Ur Rehman Cheema. (2013). *Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction: A Study Of Faisalabad, Pakistan. International Journal of Management & Organizational Studies* , Vol. 1, No. 2.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Travel Kompas. (2017). *Maskapai Ini Raih Keselamatan Penerbangan Terbaik Versi Kemenhub* : <https://travel.kompas.com/read/2017/12/20/191000427/maskapai-ini-raih-keselamatan-penerbangan-terbaik-versi-kemenhub>.
- Widjaja, Ezra Laurentia. (2017). *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Penerbangan Batik Air*. Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, Vol 5, No 2.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : PT. INDEKS.
- Wikipedia (2012). *Low Cost Carrier* : https://en.wikipedia.org/wiki/Low_cost_carrier.