

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA JUANDA SURABAYA**

**Nabila Pramasita Kurniawati**

Politeknik Penerbangan Surabaya

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan Lion Air di bandar udara Juanda Surabaya. Oleh karena itu perusahaan penerbangan harus mengetahui pelayanan apa yang diinginkan oleh penumpangnya, karena tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan akan mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang terhadap pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan mengacu pada “Peraturan Menteri Perhubungan No 38 Tahun 2015 tentang standar pelayanan penumpang angkutan udara dalam negeri di pesawat”. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sebesar 88,2%. Sementara itu 11,8% tingkat kepuasan pelanggan Lion Air dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, perusahaan penerbangan

### **Abstract**

*This research aims to see the effect of service quality towards Lion Air flight services's customer satisfaction in Juanda Airport, Surabaya. Therefore, airlines must know what kind of services which the customers demand, because level of service that is given by the airlines will affects the passengers's level of satisfaction towards services. This research uses quantitative descriptive methods referring to “Peraturan Menteri Perhubungan No. 38 Tahun 2015” about domestic air transport passenger service standards in aircraft. Data collection method that used in this research is observation, questionnaire, and library study methods. The result of this research is that service quality affect the customer satisfaction level in the amount of 88,2%. Meanwhile, 11,8% of Lion Air's customer satisfaction level influenced by other factors outside the research. Based on the result of data analysis it can be conclude that there's an effect of service quality on customer satisfaction.*

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, airlines

## **PENDAHULUAN**

Jasa atau *service* didefinisikan sebagai aktifitas ekonomi yang memproduksi waktu, form, atau kegunaan psikologis. Menurut Stanton (1990) pengertian jasa adalah sebagai kegiatan yang didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak memiliki wujud (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak terikat pada penjualan atau jasa lainnya. Yu, Chang, dan Huang (2006) mengatakan bahwa persaingan suatu

perusahaan khususnya pada sektor jasa telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan. Permintaan atas jasa pada saat ini semakin meningkat terutama pada bidang komunikasi, informasi dan terutama transportasi.

Penerbangan menjadi satu-satunya moda transportasi yang efisien, yaitu lebih cepat sehingga waktu perjalanan menjadi lebih pendek. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 81 Tahun 2004 tentang Pendirian Perusahaan Penerbangan di Indonesia, telah

## PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

membuka peluang bagi pengusaha untuk masuk dalam bisnis angkutan udara.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kualitas jasa yang diberikan perusahaan dan kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan, karena dengan kualitas jasa yang memenuhi persepsi pelanggan akan mengikat pelanggan sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak pelanggan, hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena pelanggan dapat saja memengaruhi rekan, keluarga ataupun orang lain untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Ketentuan tentang kualitas pelayanan penerbangan diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 38 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Penumpang Angkutan Udara Dalam Negeri. Standar pelayanan penumpang angkutan udara dalam negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 selama di dalam pesawat udara memuat komponen:

1. Pelayanan keselamatan;
2. Pelayanan kenyamanan;

3. Pelayanan kemudahan; dan
4. Pelayanan kesetaraan.

Dilihat dari aspek penyelenggara penerbangan terdapat dua bentuk kegiatan penerbangan, yaitu penerbangan non-niaga dan penerbangan niaga. Penerbangan niaga atau komersial merupakan bentuk transportasi udara yang mengenakan biaya bagi penggunaannya. Perusahaan-perusahaan yang melayani jasa penerbangan niaga diantaranya adalah Garuda Indonesia, Air Asia, Citilink, Batik Air, Lion Air, Sriwijaya Air, Wings Air dan lain-lain.

Perusahaan-perusahaan penerbangan tersebut telah menciptakan iklim yang kompetitif untuk menarik penumpang sebanyak-banyaknya dengan menawarkan tarif yang lebih murah atau menawarkan berbagai bonus yang diburu masyarakat. Di sisi lain, dengan tarif yang murah tersebut sering menurunkan kualitas pelayanan (*service*), bahkan yang lebih mengkhawatirkan lagi adalah akan menyebabkan berkurangnya kualitas pemeliharaan dan perawatan pesawat sehingga rawan terhadap keselamatan penerbangan dan akan berdampak kurang baik terhadap keamanan, kenyamanan dan perlindungan pelanggan.

Penyedia jasa penerbangan mempunyai 2 kategori pelayanan yang diberikan, yaitu *full service* dan *low cost carrier* (LCC). Konsep *full service* adalah penerbangan yang mengutamakan pelayanan penuh kepada penumpang baik dari segi kenyamanan hingga keamanan, pelayanan konsumsi yang berkualitas, *entertainment*, kelebihan bagasi, serta pelayanan-pelayanan lainnya yang tidak terdapat pada maskapai penerbangan yang berkonsep *low cost carrier* (LCC). Dengan kata lain *full service* memiliki banyak *additional service*

## PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

yang menjadi nilai tambah dari *main service* yang ditawarkan. LCC adalah konsep penerbangan dengan biaya murah dan pelayanan yang terbatas. Salah satu perusahaan jasa di bidang penerbangan komersial dengan jasa penerbangan LCC adalah Lion Air.

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia yang secara hukum didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000. Berkantor pusat di Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada No. 7 yang berada di kawasan Jakarta Pusat, PT. Lion Mentari Airlines atau yang biasa dikenal dengan Lion Air merupakan maskapai penerbangan berbiaya rendah (*Low Cost Carrier*) dengan mengusung slogan “*We Make People Fly*”. Melalui hal ini Lion Air mencoba mewujudkan dan merubah stigma masyarakat bahwa siapapun bisa terbang bersama Lion Air dengan tetap mengedepankan aspek keselamatan, keamanan, dan kualitas penerbangan. PT. Lion Air yang bergerak pada segmen *Low Cost Carrier* (LCC). Keikutsertaan Lion Air dalam bisnis penerbangan adalah untuk memfokuskan pada segmen menengah ke bawah. Segmen yang disasar Lion Air pada industri penerbangan adalah orang-orang yang baru pertama kalinya merasakan menggunakan pesawat terbang, para pebisnis, wiraswasta yang hendak menghemat pengeluaran.

Armada maskapai ini melayani penerbangan rute domestik Indonesia dan internasional seperti Singapura, Malaysia, Vietnam dan Arab Saudi. Lion Air adalah salah satu maskapai penerbangan yang menawarkan pilihan harga tiket pesawat berbiaya murah (*Low Cost Carrier*) yang terjangkau oleh segala lapisan masyarakat.

Dilihat dari segi kualitas pelayanan Lion Air tidak memiliki tingkat yang signifikan dibandingkan dengan maskapai lainnya. Lion Air memiliki keluhan terbanyak dan penanganan komplain buruk (informasi ini diperoleh dari data *skytrax*). Fenomena yang terjadi adalah masih sering adanya keterlambatan (*delay*) waktu keberangkatan yang mengakibatkan penumpang menjadi terlantar dikarenakan kerusakan mesin pesawat atau masalah teknis. Kemudian kurangnya kecakapan dari beberapa staf pasasi sehingga terdapat antrian panjang pada saat *check-in*, masih adanya *cancel flight*, penanganan komplain yang tidak profesional, serta masalah bagasi berbayar yang dirasa penumpang membebani oleh maskapai Lion Air.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolok ukur keunggulan bersaing. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media.

Menurut Khuong & Uyen (2014) mengatakan ada 4 indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. *Perceived Service Quality* Pengalaman dan persepsi dari kinerja aktual langsung mempengaruhi evaluasi pelanggan dari kualitas layanan yang diberikan secara keseluruhan. Pendapat atau penilaian

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

pelanggan selalu bervariasi, tidak konsisten dan secara bertahap dibentuk melalui pengalaman yang pelanggan dapatkan dari perusahaan yang memberikan layanan.

- b. *Employee Service Factors* / Faktor kerja karyawan Faktor kerja karyawan dalam industri penerbangan dibagi menjadi dua sektor: karyawan di lapangan dan awak kabin. Faktor ini mempunyai peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena staf berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan penumpang.
- c. *Image of Airlines / Brand Image* Untuk penumpang yang bepergian lewat udara, berdasarkan nama merek maskapai penerbangan, penumpang dapat memilih maskapai yang ingin digunakan. Melalui merek, maskapai penerbangan secara tidak langsung memberi informasi pada penumpang mengenai kualitas yang dimiliki secara keseluruhan.
- d. *Timeliness* / Ketepatan waktu Kecepatan dan ketepatan waktu dari layanan merupakan hal yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan sendiri dan juga bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti kepuasan penumpang terhadap Lion Air. Oleh karena itu judul yang penulis angkat adalah “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA JUANDA SURABAYA”

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan variabel terikatnya adalah kepuasan

pelanggan. Variabel penelitian ini meliputi empat variabel bebas yaitu : pelayanan keselamatan, pelayanan kenyamanan, pelayanan kemudahan dan Pelayanan kesetaraan. Sedangkan empat variabel terikat yang diteliti adalah *Perceived Service Quality, Employee Service Factors, Image of Airlines / Brand Image* dan *Timeliness* Definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut: Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air di Bandara Internasional Juanda Surabaya. Sampel penelitian melibatkan 100 orang pelanggan jasa penerbangan Lion Air di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis yaitu dengan cara menggunakan rumus Taro Yamane oleh Riduwan (2009), yaitu :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

d : Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel (n) penelitiannya sebagai berikut, dengan nilai presisi 10% (0,1) :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N.d^2+1} \\ &= \frac{121}{121.(0,1^2)+1} \\ &= \frac{121}{2,21} \\ &= 54,7 \\ &= 55 \text{ responden} \end{aligned}$$

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

Jadi untuk sampel dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai Lion Air rute domestik berjumlah 55.

## Hasil

### Skala Likert

Tabel 1 Skala Likert

No	Variabel	Hasil
1	Pelayanan Keselamatan	85%
2	Pelayanan Kenyamanan	77%
3	Pelayanan Kemudahan	78%
4	Pelayanan Keselamatan	77%
5	Perceived Service Quality	76%
6	Employee Service Factors	39%
7	Image of Airlines / Brand Image	69%
8	Timeliness / Ketepatan waktu	57%

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 100 responden dengan tingkat signifikan 5%, hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun variabel terikat menunjukkan valid, karena nilai nilai sig. lebih kecil dari 0.05 sehingga dinyatakan bahwa semua variabel penelitian telah valid.

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,964	8

Melalui uji reliabilitas dapat diketahui bahwa alat ukur penelitian berupa kuesioner ini adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,6. Sesuai

dengan pernyataan Fraenkel dan Wallen (1993), yang menyatakan besar sampel minimum untuk penelitian komparatif adalah sebanyak 100 sampel. Oleh karena itu, dengan uji reliabilitas terkait variabel dan indikator di atas, maka data dapat dianalisa lebih lanjut.

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,939 <sup>a</sup>	,882	,879	1,342

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Gambar 1 Uji Koefisien

Berdasarkan model regresi linier yang terbentuk didapatkan *r-square* sebesar 0,882. Artinya, pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sebesar 88,2%. Sementara itu 11,8% tingkat kepuasan pelanggan Lion Air dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### Uji Koefisien Korelasi Rank Spearman

Tabel 2 Uji Koefisien Korelasi

X	Y	Ranking X	Ranking Y	D	d <sup>2</sup>
234	208	1	1	0	0
213	108	3	4	-1	1
215	192	2	2	0	0
211	157	4	3	+1	1
Jumlah					2

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2-1)}$$

$$= 1 - \frac{6 \cdot 2}{4(4^2-1)}$$

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

$$\begin{aligned} &= 1 - \frac{6.2}{4.15} \\ &= 1 - \frac{12}{60} \\ &= 1 - 0,2 \\ &= 0,8 \text{ (korelasi yang sangat} \\ &\quad \text{tinggi dan kuat)} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diperoleh hasil skor Koefisien Korelasi 0,8 yang artinya, ada korelasi yang sangat tinggi dan kuat antara variabel X dan variabel Y. Karena hasil yang diperoleh tidak menghasilkan skor minus maka artinya hubungan tersebut positif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari kuesioner dan skala likert diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh dari tiap tiap variabel, dapat kita ambil nilai tertinggi dan terendah dari tiap variabel diatas.

1. Untuk variabel X pada pernyataan no 1 tentang setiap pesawat Lion Air dilengkapi peralatan keselamatan yang baik (*safety vest*, masker oksigen, *safety belt*, *safety card*) mendapat jumlah skor tertinggi yaitu sebanyak 85% yang artinya responden sangat setuju dengan maskapai Lion Air dilengkapi peralatan keselamatan yang baik.
2. Untuk variabel Y pada nomor pertanyaan 7 tentang Lion Air merupakan maskapai penerbangan *Low Cost Carrier* dengan harga yang terjangkau mendapat jumlah skor 69,1% yang artinya responden setuju dengan pernyataan bahwa maskapai Lion Air adalah maskapai *Low Cost Carrier* dengan harga tiket yang terjangkau. Sedangkan pada pernyataan nomor 6 tentang jadwal penerbangan Lion Air

yang *on time* mendapat jumlah skor terendah yaitu sebanyak 39,2% yang artinya banyak responden yang tidak setuju bahwa pelayanan maskapai Lion Air tidak sesuai dengan jadwal yang tersusun atau bisa kita simpulkan jika sering terjadi keterlambatan penerbangan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Setelah dilaksanakan penelitian terkait dengan judul dan permasalahan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan Lion Air telah mampu memenuhi Peraturan Menteri Perhubungan No 38 Tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Penumpang Angkutan Udara Dalam Negeri di Pesawat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan uji koefisien determinasi dan koefisien korelasi rank spearman.
3. Strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Lion Air dalam memberikan pelayanan kepada penumpang adalah memperbaiki indikator yang memiliki nilai negatif seperti memperbaiki jadwal penerbangan agar lebih tepat waktu.

### Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa responden yang menilai variabel lion Air merupakan maskapai penerbangan *Low Cost Carrier* dengan harga yang terjangkau mendapat jumlah skor 69,1%

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PENERBANGAN (SNITP) TAHUN 2020

ISSN : 2548-8112

hal ini berarti bahwa harga tiket jasa penerbangan Lion Air dirasakan oleh pelanggan masih terjangkau, oleh karena itu, perusahaan Lion Air disarankan untuk tetap mempertahankan hal tersebut yang disesuaikan dengan pelayanan yang maksimal, sehingga semakin tepat perusahaan dalam menentukan penetapan harga, maka loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan jasa penerbangan juga semakin tinggi.

2. Lion Air sebagai perusahaan jasa penerbangan dengan jumlah penumpang terbanyak pada pasar domestik perlu memperhatikan beberapa hal menyangkut kualitas pelayanan yang memiliki penilaian rendah dari pelanggan jika ingin mendapatkan citra positif. Meskipun secara keseluruhan Lion Air sudah memiliki citra perusahaan positif yang kuat di mata pelanggan. Adapaun beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah masalah ketepatan waktu berangkat dan tiba pesawat (*delay*), yang memiliki nilai yang paling rendah dari pelanggan. Apabila hal-hal ini tidak diperhatikan secara serius maka dapat mengancam citra perusahaan yang sudah positif di mata pelanggan. Masalah ini juga perlu penanganan secara cepat, karena dapat menjadi celah yang dapat dimanfaatkan perusahaan pesaing untuk menggeser posisi Lion Air sebagai penguasa pasar penumpang domestik di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- [2] Hasan, Iqbal, 2001, *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [3] Keputusan Menteri Perhubungan 81 Tahun 2004 tentang *Penyelenggaraan Angkutan Udara*
- [4] Keputusan Menteri Perhubungan 81 Tahun 2004 tentang *Penyelenggaraan Angkutan Udara*
- [5] Khuong, M. N. & Uyen, L. M. T. (2014). The factors affecting Vietnam Airlines service quality and passenger satisfaction – A mediation analysis of service quality. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, (Vol. 5: 327-333).
- [6] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- [7] Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- [8] Kottler, dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga
- [9] M. Nazir, 1988 *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [10] Nasution, 1996, *Manajemen Transportasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [11] Stanton, William J., 1990, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ketujuh, terjemahan Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.
- [12] Yu, Chang-Hsi, Hsiu-Chen Chang, Gow-Liang Huang, (2006), "A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry", Publish by Journal of American Academy of Business, pp. 126.