

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI KOTA YOGYAKARTA

¹Muhammad Iqbal Irwansyah

D-IV/Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Kedirgantaraan

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan sebuah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara membandingkan antara persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan, dalam penelitian ini khusus mengenai kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta sebagai sampel. Pengolahan data menggunakan analisis regresi linier sederhana melalui aplikasi IBM SPSS Statistic. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang mana hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Didalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai thitung $9,163 > t_{tabel} 1,659$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji R^2 ditemukan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta sebesar 45,6% yang berarti pengaruh kualitas pelayanan termasuk dalam korelasi sedang.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, maskapai Garuda Indonesia, kota Yogyakarta.*

Abstract

The Quality of service is an effort to fulfill the needs and desires of consumers by comparing consumers perceptions of the services they receive with the services they expect, in this study specifically regarding customer satisfaction with Garuda Indonesia in the City of Yogyakarta. This study was conducted to determine whether there is an influence between service quality on customer satisfaction of Garuda Indonesia Airline in the City of Yogyakarta. This research uses quantitative research with using a questionnaire as a data collection technique and Garuda Indonesia Airline customers in the Yogyakarta city as a sample. Processing of data using simple linear regression analysis through the application of IBM SPSS statistics. The results of this study show that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is an influence of service quality on customer satisfaction of Garuda Indonesia Airline in Yogyakarta city. In this study it was found that the value of thitung $9.163 > t_{tabel} 1.659$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. the results of the R^2 test found that service quality affects customer satisfaction of Garuda Indonesia Airline in the City of Yogyakarta by 45,6%, which means the influence of service quality is included in the moderate correlation.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Garuda Indonesia Airline. Yogyakarta City.*

Pendahuluan

Negara Indonesia yang letaknya di kawasan Asia Tenggara ialah negara kepulauan paling besar di dunia. Luas wilayah yang dimiliki Indonesia ini menjadikan Indonesia memiliki populasi penduduk yang tergolong besar. Populasi penduduk yang besar ini dalam menjalankan kesehariannya membutuhkan sarana transportasi, di antaranya transportasi udara. Penyedia jasa penerbangan dalam hal ini melihat terdapatnya potensi menguntungkan dari minat masyarakat yang tinggi atas jasa transportasi udara. Ini ditunjukkan dengan banyaknya maskapai penerbangan di Indonesia.

Salah satu maskapai yang beroperasi di Indonesia adalah maskapai Garuda Indonesia. Keberhasilan maskapai Garuda Indonesia tak lepas dari peranan pelanggan yang menikmati jasanya. Sebagaimana kita ketahui bahwa sebuah perusahaan jasa tidak akan mendapatkan kesuksesan tanpa adanya pelanggan. Ada beberapa faktor yang mendukung kesuksesan tersebut, pelayanan contohnya.

¹Email Address : irwanhabsy08@gmail.com

Received 1 Mei 2022, Available Online 1 Juli 2022

Pelayanan yang baik tidak lepas dari penghargaan/*reward* yang diberikan oleh perusahaan kepada para karyawan. Hal tersebut dapat berupa bonus ataupun promosi pangkat dalam suatu perusahaan. Adapun peran pelanggan yaitu membeli dan menggunakan jasa perusahaan tersebut agar perusahaan mendapatkan pemasukan sehingga dapat terus bertahan bahkan berkembang.

Sebelum penelitian ini dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Seperti yang dilakukan oleh Arindya Fananindar (2018) tentang “Pengaruh Airqual Terhadap Customer Satisfaction dan *Word of mouth* pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia yang menghasilkan bahwa terminal tangible berpengaruh tidak signifikan terhadap customer satisfaction dan customer satisfaction berpengaruh terhadap *Word of mouth*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ezra Laurentia Widjaja (2015) tentang “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang maskapai Batik Air” yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air. Selain itu penelitian dilakukan oleh Zakaria Wahab dan Marlina Widiyanti (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan Garuda Airlines” yang menunjukkan hasil secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maskapai Garuda Airlines. Ketiga penelitian tersebut menjadi acuan peneliti untuk kembali mengangkat penelitian ini. Akan tetapi perbedaannya adalah terdapat permasalahan-permasalahan yang berbeda yang kemudian menjadi alasan mengapa penelitian ini diangkat.

Penelitian ini diangkat oleh peneliti atas dasar permasalahan yang telah diteliti selama beberapa waktu terakhir. Berawal dari diberhentikannya direktur utama PT Garuda Indonesia, kemudian disusul oleh komisi VI DPR yang membuat panitia kerja disebabkan oleh keluhan dari beberapa pelanggan maskapai yang memperlumahkan tentang kenaikan harga tiket tidak sebanding dengan pelayanan yang diberikan oleh maskapai. Sehingga peneliti melihat adanya celah untuk melakukan penelitian apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan maskapai terhadap kepuasan pelanggan. Jika ada, maka seberapa besar kualitas pelayanan ini dapat berpengaruh. Mengingat banyaknya perkembangan yang ada dalam permasalahan ini, maka diperlukan beberapa batasan masalah secara jelas terkait apa yang ingin diselesaikan pada penelitian ini. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini meliputi maskapai yang akan diteliti sebanyak 1 maskapai saja yaitu maskapai Garuda Indonesia. Kemudian penelitian ini dilakukan kepada pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta saja.

Setiap penelitian di harapkan dapat menghasilkan manfaat bagi kalangan tertentu. Adapun manfaat yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah :

Manfaat teoritis, mengetahui serta memperkaya ilmu pengetahuan dan pemahaman terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta.

Manfaat praktis, bisa memperluas ilmu dan wawasan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta.

Manfaat bagi maskapai Garuda Indonesia, bisa menjadi masukan yang membangun maskapai Garuda Indonesia yaitu sebagai informasi untuk perkembangan lebih lanjut dan bentuk pemikiran untuk meningkatkan pelayanan yang prima demi rasa nyaman pengguna jasa.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas yakni sebuah kondisi dinamis yang mempengaruhi lingkungan, proses, manusia, jasa dan produk yang melebihi atau memenuhi harapan (Tjiptono, 2015). Sementara yang dimaksud dengan kualitas pelayanan yakni langkah dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi apa yang menjadi harapan konsumen (Tjiptono, 2015). Cara dalam mengetahui kualitas pelayanan yakni dengan memperbandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang sungguh-sungguh diperoleh/diterima dengan pelayanan sebenarnya

yang diinginkan/ diharapkan atas berbagai atribut pelayanan perusahaan. Apabila jasa yang dirasakan atau diterima tersebut (*perceived service*) sebanding dengan apa yang konsumen harapkan, maka dipersepsikan bahwa kualitas pelayanan tersebut memuaskan dan baik, bila jasa yang konsumen terima melebihi harapannya, maka dipersepsikan bahwa kualitas pelayanan tersebut berkualitas dan sangat baik. Kebalikannya, bila jasa yang diterima di bawah harapan konsumen, maka dipersepsikan bahwa kualitas pelayanan tersebut buruk. Kotler (2016) memberikan definisi komprehensif dari pelayanan yakni setiap kegiatan atau tindakan yang bisa ditawarkan antar pihak, dimana secara dasarnya tidak memiliki wujud serta tidak memicu kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan mengacu penjelasan dari Lovelock dan Wright (2012) mencakup beberapa dimensi yang meliputi *assurance*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, serta *reliability*. Dimensi-dimensi secara rinci dijabarkan di bawah ini:

Tangibles, artinya adalah bukti fisik, yakni mencakup personalia (karyawan), peralatan, penampilan fasilitas fisik, serta berbagai material yang dimiliki perusahaan, contohnya, entertainment di dalam pesawat, fasilitas di dalam pesawat, kursi penumpang, dan design interior luar dan dalam. Adanya *tangibles* ini sangatlah dibutuhkan dalam perusahaan untuk menarik minat pelanggan.

Reliability, diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberi pelayanan secara konsisten, dapat dipercaya, akurat, serta sesuai dengan yang dijanjikan. Ini artinya, personil perusahaan dituntut untuk bekerja dengan tepat dalam melayani pelanggan sesuai waktu yang sudah dijanjikan.

Responsiveness, berarti tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dan cepat dalam memberikan layanan. Hal ini berarti, menuntut personil perusahaan untuk bekerja dengan cepat dan tangkas atau dengan senang hati membantu pelanggan dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Assurance, artinya adalah pemberian dan jaminan rasa aman pada pelanggan yang membutuhkan dukungan pengetahuan yang memadai, percaya diri, sikap profesional, dan kesopanan. Karyawan perlu untuk meyakinkan pelanggan yang ragu-ragu, sehingga pada akhirnya pelanggan akan merasa yakin akan pilihan yang dibuatnya. Ini artinya, perusahaan dituntut untuk mendidik karyawannya supaya mempunyai kesopanan, pengetahuan, kecakapan, dan keterampilan yang memadai dalam memberikan pelayanan.

Empathy, artinya adalah perhatian dan kepedulian karyawan pada seluruh pelanggan, mencakup memahami kebutuhan pelanggan, perhatian pribadi, dan kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik. Ini artinya sikap yang ditunjukkan karyawan perusahaan harus bisa memperhatikan serta menjadikan pelanggan sebagai raja yang harus diberikan pelayanan secara baik serta menjadikan pelanggan sebagai aset perusahaan yang wajib ditingkatkan dan dipelihara kepusannya.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dijelaskan oleh Kotler (2016), kepuasan yakni perasaan kecewa atau senang yang timbul sesudah membandingkan hasil (kinerja) produk dan jasa yang dipikirkan atas kinerja yang selalu diharapkan oleh pengguna jasa. Sedangkan Zeithaml dan Bitner (2013) memberikan definisi komprehensif dari kepuasan pelanggan yakni tanggapan atau respon pelanggan terkait pemenuhan kebutuhan. Kepuasan yakni penilaian terkait keistimewaan atau ciri jasa atau produk yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan yang menyangkut pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti faktor pribadi konsumen, faktor situasi atau keadaan yang dialami konsumen, faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan atau jasa.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan pengaruh dari variable bebas dalam hal ini

variable bebas (*independent variable*) adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan variable terkait (*dependent variable*) adalah kepuasan pengguna jasa transportasi udara, penanganan yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain diikuti kemudahan serta pemenuhan seluruh kebutuhan mereka, untuk dapat menciptakan kepuasan kepada penumpang di dalam penelitian ini sebagai kerangka berpikir, dalam penelitian tentang kualitas pelayanan mengidentifikasi 3 (tiga) dimensi kepuasan. Kualitas pelayanan berperan krusial untuk bidang jasa, termasuk pada maskapai penerbangan. Ada beberapa dimensi dalam kualitas layanan yang meliputi *empathy*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, dan *reliability*. Kelima dimensi ini berpengaruh besar dalam tercapainya kepuasan pelanggan.

Hipotesis mengacu pemaparan dari Sugiyono (2017) yakni jawaban atas rumusan permasalahan penelitian yang sifatnya sementara di mana rumusan permasalahan tersebut dinyatakan berbentuk kalimat pertanyaan. Sifatnya sementara sebab jawaban yang diberikan sebatas mengacu teori yang relevan dan belum ditunjang dengan berbagai temuan empiris yang didapatkan melalui proses mengumpulkan data. Mengacu pada pemaparan serta hasil penelitian yang dikembangkan para ahli juga penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis yang diambil oleh peneliti yaitu :

Ho : Tidak ada pengaruh Antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta.

Ha : Ada pengaruh Antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Peneliti pada pelaksanaan penelitian ini dengan mempergunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni sebuah proses dalam menemukan pengetahuan dengan mempergunakan data berwujud angka sebagai sarana dalam menganalisa keterangan terkait permasalahan yang hendak diketahui (Kasiram (2012: 149). Sementara itu, metode penelitian kuantitatif mengacu penjelasan dari Sugiyono (2015) ialah suatu metode penelitian yang berasaskan filsafat positivisme, yang dipergunakan untuk meneliti populasi dan sampel penelitian, dengan secara umum mempergunakan teknik sampling secara random atau acak, serta data dikumpulkan dengan mempergunakan alat ukur penelitian. Hasil dari penelitian ini disajikan secara deskriptif memanfaatkan metode kuantitatif serta skala liker sebagai skala pengukuran yang dipergunakan. Skala likert ini ialah metode skala bipolar yang menilai tanggapan atas pernyataan baik tanggapan negatif maupun positif. Nantinya hasil penelitian ini diolah serta disimpulkan dengan hasil diketahuinya signifikansi hubungan antar variabel penelitian, sehingga kesimpulan yang didapatkan akan mampu memperjelas objek yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi yakni area generalisasi yang mencakup subyek atau obyek dengan suatu ciri dan kualitas khusus yang peneliti tetapkan guna dipelajari serta disimpulkan (Sugiyono, 2015). Sedangkan menurut Sabar (2012), populasi ialah keseluruhan subyek penelitian. Jika peneliti hendak meneliti seluruh unsur dalam suatu wilayah penelitian, maka penelitian yang dilaksanakan ini dinamakan study sensus atau studi populasi atau penelitian populasi. Sampel ialah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk terlibat dalam penelitian (Malholtra, 2012: 364). Sampel yakni anggota populasi sementara survei sampel ialah sebuah langkah dalam penelitian dimana sebatas beberapa dari populasi saja yang diambil untuk menentukan karakteristik dan sifat yang dikehendaki dari populasi. Pengambilan sampel yakni proses secukupnya dari populasi, sehingga penelitian atas sampel serta pemahaman terkait karakteristik dan sifatnya akan menjadikan kita bisa menggeneralisasikan karakteristik yang ada dalam unsur populasi tersebut (Totok Amin, 2012: 153).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan pelanggan atau pengguna maskapai Garuda Indonesia

di kota Yogyakarta sebagai sampel. Adapun teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah teknik *non probability sampling*. Ruslan (2015:16) menerangkan, teknik *non probability sampling* adalah langkah untuk mengambil sampel dengan tidak berdasar pada pemberian kesamaan kesempatan untuk setiap anggota atau unsur-unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *sampling non probabilitas* pada penelitian ini dilaksanakan dengan *judgement sampling* yakni suatu pertimbangan yang digunakan peneliti berdasar pada suatu kriteria supaya sungguh-sungguh sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan. Nantinya peneliti akan memilih anggota populasi. Oleh karenanya, tidak terdapat populasi lainnya untuk menjadi sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Sugiyono (2015) memaparkan, kuesioner yakni daftar pertanyaan tertulis yang sebelumnya sudah disusun, memberi peluang untuk responden dalam memberikan jawaban secara tertutup. Cara untuk penyebaran kuesioner beragam, di antaranya dengan menyerahkan kuesioner secara pribadi. Upaya ini mempunyai kelebihan di antaranya bisa membangun hubungan dan motivasi responden, respon cukup tinggi, serta lebih murah apabila penyerahan kuesionernya secara langsung dalam satu kelompok. Kuesioner sendiri memiliki tiga bentuk yakni tertutup-terbuka, terbuka, dan tertutup. kuesioner tertutup yakni kuesioner yang menyediakan alternatif jawaban atas pernyataan yang diberikan, dengan demikian responden tidak bebas dalam memberi jawaban di luar alternatif jawaban yang ada dalam angket. Sementara kuesioner terbuka yakni kuesioner yang tidak menyediakan jawaban untuk pertanyaan yang diberikan, dengan demikian responden mempunyai kebebasan dalam menjawab. Serta kuesioner tertutup-terbuka yakni kombinasi dari kedua contoh sebelumnya.

Alasan mengapa peneliti menggunakan kuesioner pada penelitian ini adalah karena para pengguna jasa lebih tahu dan memahami kualitas jasa sehingga menimbulkan perasaan yang disebut dengan kepuasan pada pengguna itu sendiri. Pada akhirnya, peneliti dapat menyimpulkan hasil dari perhitungan angket tersebut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yakni sebuah cara atau metode dalam mengolah data menjadi suatu informasi sehingga mempermudah dalam memahami karakteristik dari data tersebut dan juga berguna dalam mencari jawaban atas masalah penelitian. Teknik analisis data juga merupakan langkah untuk mengubah data hasil penelitian menjadi informasi yang akan dapat dipergunakan untuk penyimpulan. Teknik analisis data berdasarkan penjelasan dari Sugiyono (2012) yakni sebuah cara atau metode untuk melakukan pengolahan data menjadi informasi sehingga mempermudah dalam memahami karakteristik data tersebut serta berguna dalam mencari jawaban atas permasalahan penelitian. Analisis data memiliki tujuan guna mendeskripsikan data sehingga dapat di pahami, serta untuk menyimpulkan terkait karakteristik populasi berdasarkan data dari sampel, yang umumnya hal ini dibuat berdasarkan uji hipotesis. terdapat tahapan-tahapan yang akan di gunakan oleh peneliti untuk menganalisis data. Berikut adalah beberapa tahapan tersebut :

Uji Validitas : Validitas yakni ukuran yang memperlihatkan bahwa variabel yang dikur adalah sungguh-sungguh variabel yang akan peneliti teliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Sementara itu, Sugiharto dan Sitinjak (2017) memaparkan bahwa uji validitas menyangkut suatu perubahan mengukur hal-hal yang harusnya dikurnya. Validitas pada konteks penyelidikan menunjukkan tingkat seberapa tepatnya instrumen ukur atas isi sesungguhnya yang diukur. Pengujian validitas yakni suatu uji yang dipergunakan dalam memperlihatkan seberapa jauhnya instrumen dalam mengukur sesuatu yang diukur. Suatu tes bisa dinyatakan bervaliditas tinggi apabila tes tersebut mampu melakukan fungsi ukurnya atau memberi hasil ukur yang akurat serta tepat akan tujuan tes tersebut digunakan. Hasil tes yang menunjukkan data yang tidak relevan dinyatakan bahwa tes tersebut bervaliditas rendah. Sebuah instrumen ukur yang valid bisa dengan tepat melakukan fungsi

ukurannya, dan juga mempunyai kecermatan tinggi. Kecermatan pada konteks ini artinya yakni bisa mendeteksi beragam perbedaan kecil pada atribut yang diukurnya.

Uji Reliabilitas : Reliabilitas memiliki asal kata dari reliability. Reliability (reliabilitas) sendiri ialah keajegan pengukuran. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas yakni seberapa jauh hasil ukur dengan kesamaan objek akan didapatkan data yang sama juga. Reliabilitas mengacu pemaparan dari Sugiharto dan Sitinjak (2014) yaitu merujuk pada definisi dimana alat ukur yang dipergunakan pada penelitian bisa dipercayai sebagai instrumen untuk mengumpulkan data serta bisa mengungkapkan informasi sesungguhnya yang ada di lapangan. Suatu penelitian memerlukan data yang reliabel dan valid, maka dari hal tersebut pengukuran ini harus dilakukan, sebab apabila instrumen ukur yang dipergunakan tidak valid dan reliabel maka hasilnya juga akan tidak valid. Peneliti akan menggunakan aplikasi SPSS.21.0 sebagai pengukur reliabilitas melalui uji statistik cronbach alpha (α). Tujuan dari dilakukannya uji ini guna melihat seberapa jauhnya hasil ukur masih konsisten jika dilaksanakan beberapa pengukuran atas gejala yang sama dengan kesamaan alat ukur.

Analisis Regresi Linier Sederhana : Analisis regresi linier sederhana dipergunakan pada penelitian ini. Tujuan dari penggunaan regresi linier sederhana guna mempelajari hubungan linier antara dua variabel. Instrumen ini bisa digunakan untuk memperkirakan permintaan dimasa mendatang berdasarkan data di masa lampau atau guna melihat hubungan variabel bebas terhadap variabel tergantung. Terdapat 2 variabel yang dikenal dalam analisis regresi linier sederhana yaitu variabel dependent (Y) dan variabel Independent (X). analisis ini memiliki rumus $Y=a+bX+e$ dimana Y= Variabel Dependent, X= Variabel Independent, a = Konstanta, b = Koefisien regresi, dan e = Error.

Uji T : Penggunaan uji ini guna melihat apakah variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) memiliki pengaruh secara signifikan. Signifikan artinya pengaruh yang ada bisa digeneralisasikan (berlaku untuk populasi). Siregar (2015) memaparkan, uji t ialah statistik uji yang kerap kali dijumpai dalam berbagai masalah praktis statistik. Penggunaan uji t saat tidak diketahuinya informasi terkait ragam (varian).

Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2) : R square (R^2) atau analisis koefisien determinasi berguna dalam mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan varian variabel tergantung. Interval yang dimiliki oleh nilai R (square R^2) yaitu kisaran 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$). Mendekati satu atau bertambah besarnya nilai R square (R^2) mengartikan bahwa hasil untuk model regresi tersebut dinyatakan semakin baik, serta nilai yang semakin mendekati 0 memiliki arti bahwa secara keseluruhan variabel bebas tidak bisa menerangkan variabel tergantung. Nilai yang kecil artinya kemampuan variabel idenpenden untuk menerangkan variasi variabel tergantung sangat terbatas. Sementara jika nilainya mendekati satu artinya hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam memprediksi varian variabel tergantung sudah diberikan oleh variabel bebas (Ghozali, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Para pengguna jasa Maskapai Garuda Indonesia dari berbagai rute menuju kota Yogyakarta ditetapkan menjadi subjek penelitian ini. Pelaksanaan penelitian pada bulan November hingga Desember 2021 dengan sejumlah 102 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin		

Laki-Laki	60	58,8%
Perempuan	42	41,2%
Pekerjaan		
Mahasiswa/i	29	29,58%
Wiraswasta	26	26,52%
PNS	22	22,44%
Lain-lain	25	25,5%

Mengacu pada tabel diatas, setelah diidentifikasi berdasarkan jenis pekerjaan terhadap para penumpang maskapai Garuda Indonesia dikota Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini diketahui bahwa profesi mahasiswa merupakan profesi dengan presentase terbanyak yaitu sebesar 29 responden, kemudian diikuti oleh wiraswasta sebanyak 26 orang, Pegawai Negeri Sipil 22 orang, dan lain-lain sebanyak 25 orang.

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

Tabel 2. Hasil Penelitian

Model Summary				
Model	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	
1	0,456	0,451	2,149	
Anova				
Model	F	Sig.		
1	83,965	0,000		
Coefficients				
Model	B	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	0,319	0,676	9,163	0,000

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan hasil yang diperoleh dari data yang diolah peneliti guna menjawab 2 rumusan masalah penelitian yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil pengujian pengolahan data menggunakan SPSS diketahui bahwa nilai Thitung (9,163) > Ttabel (1,659) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta (Y). nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,456 yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan penumpang (Y) adalah sebesar 45,6%. Maka kesimpulannya besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta adalah sebesar 45,6%.

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian, hasil penelitian, dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta”, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji T ditemukan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima.

Berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis uji R^2 yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,456. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 45,6%, dan 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran oleh peneliti sebagai berikut :

Bagi pihak maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta

Pihak maskapai Garuda Indonesia harus tetap mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang efisien bagi pengguna jasanya terutama dalam bidang pelayanan langsung terhadap pelanggan, karena melihat hasil dari kuesioner yang diberikan oleh peneliti kepada responden nilai pelayanan langsung kepada pelanggan sedikit lebih rendah daripada yang lainnya.

Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti faktor-faktor lain diluar penelitian ini yang berhubungan dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Yogyakarta dengan permasalahan yang berbeda.

Peneliti selanjutnya diharapkan apabila ingin melakukan penelitian dengan sampel dan populasi yang lebih luas harus dapat menemukan berbagai permasalahan yang lain agar dapat memperkaya penelitian tentang maskapai Garuda Indonesia.

Daftar Pustaka

- Amin, Totok. 2012. *Integrated marketing communications = Komunikasi pemasaran di Indonesia*: Gramedia Pustaka Utama.
- Cooper & Schindler. 2006. *Bussines Research Methods*.
- Daftar Nama Maskapai Penerbangan yang beroperasi di Indonesia. BandaraSoekarnoHatta.com (2015, February) . Retrieved February 18, 2015, from <http://bandarasoekarnohatta.com/daftar-nama-maskapai-penerbangan-yang-beroperasidi-indonesia.info>
- Ezra Laurentia Widjaja.(2015). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- 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).
- Kasiram, Moh. 2010. *Metode penelitian kualitatif-kuantitatif*. UIN Maliki Press, Malang
- Kotler Philip. 2014. *Principle Of Marketing*. Edisi ke 15. New Jersey. : Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C. & Wright, L. (2010). *Principles of service marketing and management*. (2nd edition). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Malhotra.2012. *Marketing Research*. Harlow, England: Prentice-Hall
- Noor Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Edisi Pertama, Edisi Pertama. Jakarta : Prenada Media Group.
- Permana Bagus, Aris. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines*
- Siregar, Syofian.2015. *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi, (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F.2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Gramedia.
- _____.2015. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta. Gramedia.
- Uji Validitas dan reabilitas*. Diakses dari <http://melihatdunia-acakadut.blogspot.com/2012/05/normal-0-false-false-false-in-x-none-x.html>
- Umar, H. 2019. *Data Primer dan Data Sekunder*. Jakarta: PT.Raja Grafindo
- Zakaria W, Marlina W.(2014). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa penerbangan Garuda Airlines*.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner. 2013. *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the firm* 6thed. Mc. Graw-Hill. Boston.