

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PETUGAS BOARDING GATE TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PESAWAT DELAY MASKAPAI CITILINK DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL ZAINUDDIN ABDUL MADJID LOMBOK

<sup>1,\*</sup> Mirnawati, <sup>2</sup> Arif Fakhrudin

<sup>1,\*)</sup> *Jurusan Manajemen Transportasi*

*Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*  
21081418@students.sttkd.ac.id

<sup>2)</sup> *Jurusan Manajemen Transportasi*

*Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*  
arif.fakhrudin@sttkd.ac.id

### Article history:

Received July 14, 2024

Revised July 16, 2024

Accepted July 17, 2024

### Abstract

Regarding service, an important thing that must be paid attention to by the company is passenger service from the check-in or boarding gate service section, because good or bad service will ultimately create an image for the airport and the airline. The method used in this research is quantitative, with a sample size of 100 respondents. The type of sampling technique in this research uses purposive sampling. Then the data was analyzed using validity tests, reliability tests, *t* tests, coefficient of determination tests. Regarding the service quality of boarding gate officers on the satisfaction of passengers on delayed Citilink Airline flights at Zainuddin Abdul Madjid Lombok International Airport with *H<sub>0</sub>* being rejected, which means that there is an influence on the quality of service of boarding gate officers on the satisfaction of passengers on delayed Citilink Airline flights at Zainuddin Abdul Madjid Lombok International Airport.

**Keywords:** Citilink, service quality, passenger satisfaction

## Pendahuluan

Dengan tingkat mobilitas perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lain yang semakin tinggi dan arus perpindahan barang juga semakin besar jumlahnya maka kebutuhan akan sarana transportasi juga makin besar. Adanya mobilitas yang sangat tinggi saat ini, maka diperlukan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan mobilitas tersebut. Banyak perusahaan jasa yang menawarkan jasanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melakukan perjalanan. Dengan perkembangan teknologi inilah yang membuat manusia menginginkan sesuatu yang cepat dan mudah dan salah satu produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk melakukan mobilitas dengan mudah dan cepat adalah transportasi udara. Transportasi jenis ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan jenis transportasi lainnya. Karena keunggulan itulah maka saat ini banyak yang menggunakan transportasi lainnya, daya jelajah yang lebih luas, dan teknologi yang canggih dan modern.

Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada saat ini membuat persaingan menjadi sangat ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan jasa penerbangan lainnya berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk dengan keunggulan masing-masing. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Dengan adanya pelayanan pelanggan yang dilakukan secara optimal akan menciptakan kepuasan pelanggan yang memenuhi harapannya.

Terkait dengan pelayanan, hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah pelayanan penumpang dari bagian pelayanan *check-in* ataupun *boarding gate*, karena baik atau buruknya layanan pada akhirnya akan menimbulkan *image* bagi pihak bandar udara maupun pihak maskapai penerbangan. Untuk mengatasi masalah pelayanan kepada pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang bermacam-macam seperti pelayanan ketepatan waktu, melayani dengan ramah dan lainnya, sehingga dapat menjadikan pelanggan loyal terhadap perusahaan, jika pelayanan yang diberikan buruk maka menurunnya pendapatan di perusahaan tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana suatu perusahaan mampu memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan yang

menginginkan kepuasan dari apa yang mereka dapatkan dan sesuai yang diharapkannya. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa yang digunakannya.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* menghasilkan temuan yang berbeda atau adanya Gap hasil penelitian. Menurut Rahmat Narwan Fadli yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang di maskapai citilink bandar udara Yogyakarta internasional memiliki hasil bahwa variabel kualitas pelayanan *boarding gate* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang. Berbeda dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh Zilda Tara yang meneliti tentang kualitas pelayanan staf PT *Gapura* Angkasa dalam proses *check-in* dan *boarding* di bandar udara internasional H.A.S Hanandjoeddin Belitung memiliki hasil bahwa penumpang maskapai penerbangan belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT *Gapura* Angkasa. Selanjutnya hasil temuan yang sama dilakukan oleh Riska Vini Fefiani yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan petugas *check-in* counter terhadap kepuasan penumpang di bandar udara Tebelian Sintang, Kalimantan Barat. Memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan petugas *check-in* counter terhadap kepuasan penumpang.

Dalam penelitian ini, pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat yang mengalami *delay* akan dikaji. Penelitian dilakukan pada penumpang Maskapai Citilink. Sementara lokasi penelitian dipilih di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.

### Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

**Kualitas pelayanan.** Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan [1]. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan [2]. Sementara Kasmir menyatakan bahwa kualitas Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan [3].

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan diberikan dengan baik.

Dalam memberikan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya. Ada enam pokok prinsip pokok dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra [4], yaitu:

- a. Kepemimpinan strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
- b. Pendidikan semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
- c. Perencanaan proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

- d. Peninjauan proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
- e. Komunikasi implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
- f. Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

**Indikator kualitas pelayanan.** Fitzsimmons mengemukakan lima indikator kualitas pelayanan [5], yaitu:

- a. *Reliability* yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
- b. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
- c. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
- d. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
- e. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

**Kepuasan penumpang.** Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai.

Kotler berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya [6]. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian [7]. Menurut Daryanto dan Setyobudi [8], kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah, kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima) [9]. Dalam buku teks standar Marketing Management yang ditulis oleh Kotler & Keller dalam buku Tjiptono [4] menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kotler menyatakan ada 4 cara mengukur kepuasan pelanggan [6]:

- a. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran).

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan pesan, saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan).

Dalam hal ini perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan).

Dalam ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun tangan ke lapangan, belanja ketoko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

d. *Lost customer analysis* (analisa pelanggan yang lari).

Langganan yang hilang, dicoba dihubungi, mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa di atasi atau terlambat di atasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

**Indikator kepuasan penumpang.** Menurut Tjiptono tidak ada satupun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal [4]. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam komponen inti mengenai obyek pengukuran kepuasan pelanggan:

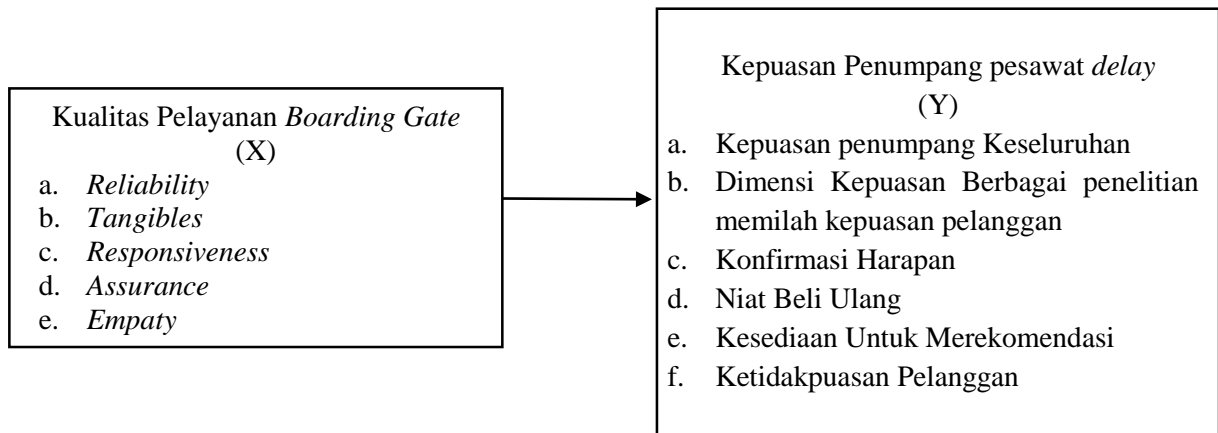
- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan. Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
- b. Dimensi kepuasan pelanggan. Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya.
- c. Konfirmasi harapan dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- d. Niat beli ulang kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- e. Kesiediaan untuk merekomendasi dalam kasus produk yaitu seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
- f. Ketidakpuasan pelanggan yaitu meliputi komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).

## Hipotesis penelitian

H1 : Kualitas pelayanan petugas *boarding gate* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.

HO : Tidak ada terdapat pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.

**Kerangka berfikir.** Berdasarkan kajian teori dan kerangka pikir di atas, maka diperoleh model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka berfikir**

## Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini jenis teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jenis teknik pengambilan sampel dengan teknik tersebut dilakukan dengan pemilihan anggota sampel secara acak terhadap penumpang yang sudah pernah menggunakan jasa Makapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, alat pengumpulan data dan dokumentasi.

**Uji validitas.** Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas penelitian ini. Berdasarkan hasil uji validitas yang sudah di lakukan peneliti diatas mendapatkan hasil dilihat dari hasil membandingkan nilai koefisien korelasi  $r$  dengan 0,300 maka dapat disimpulkan bahwa dari semua item pertanyaan dapat dinyatakan valid atau bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya

**Tabel. 1 Hasil uji validitas**

No	R hitung	R tabel	Keterangan
<b>Kualitas pelayanan (X)</b>			
1	0,498	0,300	Valid
2	0,537	0,300	Valid
3	0,733	0,300	Valid
4	0,706	0,300	Valid
5	0,768	0,300	Valid

6	0,676	0,300	Valid
7	0,754	0,300	Valid
8	0,731	0,300	Valid
9	0,799	0,300	Valid
10	0,824	0,300	Valid
<b>Kepuasan penumpang (Y)</b>			
11	0,755	0,300	Valid
12	0,806	0,300	Valid
13	0,737	0,300	Valid
14	0,823	0,300	Valid
15	0,629	0,300	Valid

Sumber: Peneliti 2024

**Uji reliabilitas.** Hasil uji reliabilitas penelitian ini didaftarkan dalam Tabel 2. Tabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan penumpang (Y) dinyatakan reliabel atau variabel bisa digunakan pada penelitian selanjutnya.

**Tabel 2. Hasil uji reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,896	Reliabel
2	Kepuasan penumpang	0,879	Reliabel

Sumber: Data Penelitian 2024

**Keputusan pembelian/kuliah (Y).** Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Kebiasaan konsumen sebelum melakukan transaksi adalah mempertimbangkan kualitas dan harga produk [6]. Indikator dari variabel keputusan pembelian: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternative, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

## Hasil dan Pembahasan

**Hasil.** Penelitian yang dilakukan peneliti selama 7 hari terhitung dari tanggal 12 Mei sampai dengan 18 Mei 2024 dilakukan tepat waktu pada Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok. Jumlah pernyataan kuesioner yang disebar oleh peneliti berjumlah sebanyak 15 pernyataan yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan penumpang. Kuesioner disebar kepada 100 responden yaitu penumpang Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.

**Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin.** Tabel 3 menunjukkan klasifikasi jenis kelamin dari responden yang terpilih. Dari 100 responden terdapat 60% berjenis kelamin laki-laki dan 40% berjenis kelamin perempuan. Dapat disimpulkan bahwa penumpang yang berjenis kelamin laki-laki lebih dominan dari pada responden perempuan.

**Tabel 3. Jenis kelamin responden**

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Pria	40	40%

Wanita	60	60%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data yang diolah

**Kriteria responden berdasarkan usia.** Tabel 4 menunjukkan pengelompokan usia dari responden yang terpilih. Dalam tabel ini terlihat bahwa responden berusia 17 – 25 tahun sebanyak 74 responden, responden berusia 26 – 35 tahun sebanyak 15 responden, responden berusia 37 – 45 tahun sebanyak 8 responden, responden berusia 46 – 55 tahun sebanyak 3 responden, dan tiada responden berusia lebih dari 56 tahun. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun paling dominan yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

**Tabel 4. Prosentase usia**

Usia Responden	Jumlah	Presentase (%)
17 – 25 Tahun	74	74%
26 – 35 Tahun	15	15%
37 – 45 Tahun	8	8%
46 – 55 Tahun	3	3%
>56 Tahun	0	0
Jumlah	145	100

Sumber: Data yang diolah

**Kriteria responden berdasarkan pekerjaan.** Tabel 5 mendaftarkan responden berdasarkan pekerjaannya. Tabel menunjukkan bahwa responden mahasiswa sebanyak 70 responden, responden yang memiliki pekerjaan pelajar 5 responden, responden yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 10 responden, responden yang memiliki pekerjaan polisi sebanyak 4 responden, responden yang memiliki pekerjaan dokter sebanyak 3 responden, responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta sebanyak 4 responden, responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 4 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang lebih dominan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

**Tabel 5. Pekerjaan responden**

Karakteristik Responden	Jumlah	Presentase (%)
Mahasiswa	70	70%
Pelajar	5	5%
PNS	10	10%
Polisi	4	4%
Dokter	3	3%
Wiraswasta	4	4%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data yang diolah

**Hasil uji hipotesis.** Pengujian hipotesis dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

*Hipotesis pertama* – Hasil pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan

penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok dapat ditunjukkan oleh Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil perhitungan regresi**

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.864	2.820		3.143	.002
	Kualitas Pelayanan	1.504	.154	.702	9.750	<.001

Sumber: Data yang diolah

*Hipotesis kedua* – Hasil besar pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok dapat diidentifikasi dengan Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil perhitungan regresi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.702 <sup>a</sup>	.492	.487	5.511	.492

Sumber: Data yang diolah

**Pembahasan.** *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Boarding Gate Terhadap Kepuasan Penumpang Pesawat Delay Maskapai Citilink Di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.* – Berdasarkan hasil uji t, jika nilai sig < 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dalam Tabel 5 terlihat bahwa nilai sig variabel kualitas pelayanan (X) sebesar kurang dari 0,001 yang berarti < 0,05 sehingga Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.

*Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan petugas boarding gate terhadap kepuasan penumpang pesawat delay Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok.* – Nilai R square sebesar 0,487 ditunjukkan oleh Tabel 5. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan petugas *boarding gate* memberikan pengaruh terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink. Hal ini menunjukkan bahwa cukup besar pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan, yang mana jika petugas *boarding gate* memiliki pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan penumpang.

## Kesimpulan

Dalam penelitian ini, pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang pesawat yang mengalami *delay* Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok telah dikaji. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh hasil Ho di tolak, yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan petugas *boarding gate* terhadap kepuasan penumpang. Nilai R square yang diperoleh adalah sebesar 0,487. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan petugas *boarding gate* memberikan pengaruh terhadap kepuasan penumpang pesawat *delay* Maskapai Citilink.

## Daftar Pustaka

[1] Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan



- Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.1 No.2, pp. 123-134.
- [2] Kotler, P., Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 & 2. PT. Indeks, Jakarta.
- [3] Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- [4] Tjiptono, F., Chandra, G. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 4. ANDI, Yogyakarta.
- [5] Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J. 2002. *Service Management*, 4<sup>th</sup> Edition. McGraw-Hill Education.
- [6] Kotler, P., Keller, L. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition. Pearson Pretice Hall Inc, New Jersey.
- [7] Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.
- [8] Daryanto, Setyabudi, I., Bintoro. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media, Yogyakarta.
- [9] Fatihudin, D., Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- [10] Ahyar, Hardani, and Dkk. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- [11] Alfaridzi, M. 2020. *Analisis Kinerja Petugas Gate terhadap Pelayanan Boarding Penumpang pada Area Gate di Bandar Udara Muara Bungo Jambi*. Dissertation, SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI KEDIRGANTARAAN YOGYAKARTA.
- [12] Anggraini Putri, N. F. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Boarding Gate terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang*. Dissertation, SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI KEDIRGANTARAAN YOGYAKARTA.
- [13] Ardane, N., Wijaya, N. M. S., & Dewi, L. G. L. K. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Scoot Fast Cruises di Bali. *Jurnal IPTA P-ISSN*, 5(1), 2017.
- [14] Erika, A. I., & Yudianto, K. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas di Ruang Tunggu Keberangkatan terhadap Kepuasan Penumpang di Era New Normal di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. *Ground Handling Dirgantara*, 5(02), 186-192.
- [15] Fadli, R. N., Ambarsari, N. A., & SE, M. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Boarding Gate* Terhadap Kepuasan Penumpang Di Maskapai Citilink Bandar Udara Yogyakarta Internasional. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 223-227.
- [16] Nikmaturrahmah, N. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan di Boarding Gate dan Fasilitas Ruang Tunggu terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Internasional Yogyakarta*. Dissertation, SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI KEDIRGANTARAAN YOGYAKARTA.
- [17] Rahmawati, Q. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan di *Boarding Gate* dan Fasilitas Ruang Tunggu terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Abdul Rachman Saleh Malang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 300-309.
- [18] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- [19] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV, Bandung.