

Pengaruh Kualitas Layanan Pramugari Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air

Garry Vardy Karwur; Nadya Ceasarany

Marketing Komunikasi London School Of Public Relations Jakarta

garryvardy@gmail.com, nadiacaesarani95@gmail.com

Diterima 29 Agustus 2019 / Disetujui 5 Juni 2020

ABSTRACT

Competition in air transport services is currently growing rapidly. Batik Air is a Indonesian airline that was founded in March 2013 under the Lion group. The airline offers premium services or so-called full-service flight. The purpose of this research is to determine how much influence the service quality provided by flight attendants has on the level of passenger satisfaction among customers of Batik air. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 312 people who have flown with Batik Air on the route Manado - Jakarta route minimum of 2 times. The sampling method used non-probability techniques by using purposive sampling as its foundation. This research used a questionnaire as the research instrument and analyzed using simple regression. The result of the simple regression on this research is $Y = -0,535 + 1,101X$. The results of this research indicate that there is significant influence between the service quality of flight attendants and the satisfaction of passengers of Batik Air airline. Service quality affects customer satisfaction and has a very high correlation with the figure of 79.6% with the remaining 20,4% affected by the other factor. Further research is recommended on this topic, adding more variables such as passenger loyalty for Batik Air.

Keyword: Flight Attendants; Passenger Satisfaction; Service Quality

ABSTRAK

Persaingan dalam layanan transportasi udara saat ini berkembang pesat. Batik Air adalah maskapai penerbangan Indonesia yang didirikan pada Maret 2013 di bawah grup Lion. Maskapai ini menawarkan layanan premium atau yang disebut penerbangan layanan penuh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh pramugari terhadap tingkat kepuasan penumpang di antara pelanggan Batik air. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 312 orang yang telah terbang dengan Batik Air pada rute Manado - rute Jakarta minimal 2 kali. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik non-probabilitas dengan menggunakan purposive sampling sebagai dasarnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan dianalisis menggunakan regresi sederhana. Hasil regresi sederhana pada penelitian ini adalah $Y = -0,535 + 1,101X$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan pramugari dan kepuasan penumpang maskapai Batik Air. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan memiliki korelasi yang sangat tinggi dengan angka 79,6% dengan sisanya 20,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian lebih lanjut direkomendasikan pada topik ini, menambahkan lebih banyak variabel seperti loyalitas penumpang untuk Batik Air.

Kata kunci: Kepuasan Penumpang; Kualitas Layanan; Petugas Penerbangan

PENDAHULUAN

Persaingan dalam jasa pelayanan transportasi udara saat ini semakin berkembang pesat, banyak sekali maskapai yang berbondong-bondong untuk ikut dalam dunia jasa transportasi udara ini mengingat akan kebutuhan manusia untuk hidup secara aktif dengan waktu yang cepat. Dari tahun ke tahun selalu terjadi peningkatan jumlah pengguna transportasi udara. Menurut data dari Direktorat Transportasi Udara, Badan Pusat Statistik (2015), jumlah penumpang transportasi udara yang berangkat pada tahun 2009 tercatat sebanyak 33.356.493 penumpang dan naik terus sampai tahun 2014 tercatat sebanyak 61.278.162 penumpang.

Dalam perkembangannya, jasa transportasi udara di dunia mulai menggunakan pendekatan intens terhadap pelanggannya guna untuk mendapatkan kepuasan dari para pelanggannya karena adanya kesadaran bahwa bisnis yang ada di zaman ini menuntut sebuah kepuasan dari pelanggan yang berasal dari kualitas layanan. Kualitas layanan atau *service quality* dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu pemberi layanan untuk secara konsisten memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan (Yuswohady, 2008). Dalam jasa maskapai penerbangan, perbandingan *customer service* yang paling kental adalah pelayanan dari para awak kabin pesawat atau yang biasa disebut pramugari untuk perempuan dan pramugara untuk laki-laki. Pramugari adalah anggota dari awak kabin. Pramugari sendiri merupakan ujung tombak perusahaan maskapai penerbangan karena mereka bekerja berhadapan langsung dengan para kostumer maskapai itu (sekolahpramugari.org, n.d). Menyadari hal ini para maskapai yang ada berlomba-lomba memberi pelatihan yang terbaik kepada para pramugari mereka, bagaimana memberikan pelayanan terbaik pada penumpang pesawat mereka, tidak hanya penampilan tapi cara berkomunikasi, keterampilan, dan sikap mereka harus benar-benar baik atau yang disebut layanan prima.

Batik Air adalah salah satu maskapai lokal Indonesia yang berdiri sejak Maret 2013, dibawah Lion Grup, maskapai ini menawarkan pelayanan premium atau yang disebut *full service flight*. Dalam persaingan bisnis maskapai di Indonesia saat ini hanya ada 2 maskapai yang melayani secara *full service* yaitu Batik Air dan Garuda Indonesia. Garuda Indonesia sendiri belum lama ini mendapatkan penghargaan *best cabin crew in the world* ditahun 2014 dan 2015 berkat *costumer service* pramugarinya yang dianggap terbaik didunia oleh Skytrax. Skytrax adalah perusahaan konsultan Britania Raya yang melakukan riset mengenai maskapai penerbangan. Perusahaan ini melakukan survei untuk menentukan maskapai, bandar udara, hiburan dalam pesawat, *staff*, dan elemen perjalanan udara terbaik lainnya. (www.kompas.com, n.d). Tentunya hal ini merupakan motivasi bagi Batik Air yang

merupakan kompetitor langsung Garuda Indonesia di tanah air, Batik air tentu harus memberikan layanan prima yang sangat baik pada para pelanggan bila ingin mendapatkan kepuasan dari para pelanggan mengingat Garuda Indonesia merupakan saingannya langsung.

Berbeda dengan Batik air, Lion Air sebagai induk perusahaan Batik Air adalah maskapai yang mengusung pelayanan LCC (*low cost carrier*) dan dikenal dengan layanan yang kurang baik kepada pelanggannya, hal ini menjadikan maskapai Batik air dengan *full servicenya* harus meningkatkan pelayanan pramugari pramugaranya secara aktif guna menghindari banyaknya ketidakpuasan pelanggan pada maskapai induknya Lion air. Dengan posisi maskapai *full service* di bawah grup Lion Air menjadikan penulis ingin meneliti pengaruh layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air agar Batik Air bisa memenuhi tantangan industri penerbangan Indonesia yang sangat berkembang saat ini.

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada maka penulis bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh pramugari terhadap tingkat kepuasan penumpang pada maskapai Batik Air. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terdapat dalam jumlah populasi yang tidak bisa dihitung, jadi pengambilan sampel dibatasi oleh peneliti dengan menggunakan populasi rute Manado-Jakarta selama satu minggu.

Peneliti meninjau dari jurnal penelitian yang ditulis oleh Wahyudi Juju Eka (2015) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan”. Pada dasarnya penelitian ini bersifat mikro karena berusaha mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada subjek tertentu yaitu Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan. Penelitian ini menggunakan beberapa literatur sebagai tambahan untuk mengetahui dimensi- dimensi yang dipakai untuk variabel kualitas layanan seperti, *tangible, responsiveness, empathy, reliability, assurance* dan untuk variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan peneliti ini menggunakan pendekatan dari Griffin, Jill (2005) dan Gramer dan Brown (dalam Utomo 2006) . Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana dimensi-dimensi variabel kualitas layanan tersebut berpengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan dan variabel loyalitas pelanggan. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dimensi-dimensi pada variabel kualitas layanan berpengaruh kuat dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.

Selanjutnya, jurnal penelitian sebagai data sekunder peneliti ini ditulis oleh Hardjanti Adiati dan Amalia Dinna (2014) dengan judul “*Pengaruh Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust dan Switching Barriers terhadap Customer Retention*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer service quality, customer perceived value, customer satisfaction, customer trust dan switching barriers terhadap customer retention*. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model* (SEM). Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*testing hypothesis*). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan keseluruhan hipotesis diuji dengan metode *structural equation modeling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 206 responden, yaitu para konsumen yang telah berlangganan internet melalui provider internet Speedy atau Fastnet. Penelitian ini menggunakan teori dari Danesh et al., (2012), Chang H.H., Wang H.W., (2011) dan Ryu K., et al., (2012). Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa variabel yang tidak mendukung hipotesis, yaitu *customer trust* tidak berpengaruh positif terhadap *customer retention*.

Yang ketiga. Jurnal penelitian ini ditulis oleh Budiana Rahman (2008) dengan judul “Pengaruh Distribusi Fisik dan *Customer Service* Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT Kimia Farma T&D Cabang Cirebon”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh distribusi fisik dan *customer service* dengan kepuasan konsumen yang ada di PT Kimia Farma cabang Cirebon. Menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif secara survei, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner dan wawancara untuk mendapatkan data primer. Pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*, jumlah sampel yaitu sebanyak 77 responden dari total populasi sebanyak 342 responden. Hasil penelitian ini diketahui bahwa klasifikasi distribusi fisik sangat tinggi dibagian pengiriman, tanggapan pelanggan terhadap *customer service* termasuk kategori tinggi, yang paling tinggi dibagian waktu, dan adanya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, secara simultan distribusi fisik dan *customer service* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

CUSTOMER SERVICE

Customer service dapat didefinisikan sebagai layanan atau keperdulian yang konsumen terima sebelum, selama dan setelah pembelian (www.marketing.co.id, n.d). *Customer service* merupakan induk sebuah konsep yang menggambarkan apa yang akan

dilakukan suatu perusahaan untuk membuat pelanggannya puas dengan ekspektasi yang dirasakannya (Sonneveld, 2008). Seiring dengan berkembangnya jaman, gaya dari setiap pelanggan pun berbeda, dari yang hanya mengarpakan kualitas produk yang baik hingga ekspektasi akan layanan yang sangat tinggi, pelanggan akan memilih produk atau layanan yang memiliki customer service yang baik (Newby, McManus, 2002), sehingga kebutuhan setiap perusahaan untuk memberikan customer service yang baik semakin tinggi.

KUALITAS LAYANAN

Konsep *service quality* (kualitas layanan) yang telah dikembangkan oleh Parasuraman dan Berry (2004) kepada pelanggan merupakan suatu keharusan yang diterapkan perusahaan-perusahaan jika ingin tetap mempertahankan pelanggannya. Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005, p. 155) *service quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tujuan utama dari *service quality* adalah untuk membangun, meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Eka, 2015). Menurut Parasuraman dan Berry (2004) terdapat sepuluh dimensi yang biasa diukur dalam konsep kualitas layanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, communication, credibility, security, competence, courtesy, understanding, access*. Kemudian pada perkembangannya mereka mengembangkan dimensi-dimensi itu menjadi lima dimensi yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Berikut penjelasan tentang dimensi-dimensi *service quality* (kualitas layanan) yang dikemukakan oleh Parasuraman dan Berry (2004):

Reliability, adalah kemampuan untuk memberikan semua yang dijanjikan perusahaan pada pelanggan dengan akurat. Adapun atribut-atribut yang ada dalam dimensi Reliability sebagai berikut: Pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan; Bertanggung jawab atas pelayanan konsumen jika terjadi masalah; Pelayanan yang tepat waktu; Pelayanan yang baik saat kesan pertama dengan pelanggan; Informasi kepada pelanggan akan waktu layanan yang dijanjikan.

Responsiveness, adalah sebuah keinginan untuk membantu pelanggan dalam keadaan apapun dan memberikan layanan yang terbaik. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah: Pelayanan yang cepat; Keinginan untuk membantu pelanggan; Tanggap dan cepat untuk menangani permintaan dari pelanggan.

Assurance, adalah pengetahuan yang dimiliki oleh anggota perusahaan tersebut untuk membuat pelanggan percaya dan nyaman. Atribut-atribut dalam dimensi ini antara lain: Pemberian kepercayaan diri kepada pelanggan oleh anggota perusahaan; Memberikan rasa

aman kepada pelanggan saat menggunakan produk atau jasa perusahaan; Kecakapan anggota perusahaan dalam sikap; Pengetahuan yang baik oleh anggota perusahaan sehingga pelanggan percaya dan merasa nyaman.

Tangibles, adalah semua yang berhubungan dengan sesuatu yang kelihatan seperti fasilitas fisik, peralatan-peralatan yang ada dan penampilan dari pada anggota perusahaan tersebut. Atribut-atribut dalam dimensi ini adalah: Peralatan yang mendukung; Fasilitas yang modern.

Empathy, adalah aspek emosional dari anggota perusahaan untuk membuat pelanggan merasa dihargai melalui komunikasi yang baik dan tindakan. Atribut-atribut dalam dimensi ini adalah: Perhatian individu kepada pelanggan; Komunikasi yang mengerti keinginan pelanggan.

KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Merry (2014) kepuasan pelanggan tercipta ketika ada perasaan senang yang muncul dari hasil perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan apa yang diharapkannya. Secara umum, kepuasan adalah perasaan seseorang yang senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan apa yang diberikan suatu produk atau layanan terhadap ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller 2012).

Menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan skala dari satu sampai lima, yaitu sangat tidak memuaskan, tidak memuaskan, cukup memuaskan, memuaskan, sangat memuaskan. Pada tingkat pertama atau yang tingkat kepuasan yang sangat rendah, pelanggan cenderung meninggalkan perusahaan dan bahkan berkata buruk tentang perusahaan. Pada tingkat dua sampai tingkat keempat, pelanggan cukup puas tetapi masih merasa mudah untuk beralih ketika ada tawaran yang lebih baik datang. Ditingkat kelima, pelanggan sangat mungkin untuk membeli kembali dan bahkan menyebarkan berita baik dari mulut tentang perusahaan.

Menurut Zeithaml and Bitner terdapat dua komponen untuk dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan, pertama adalah *desire service*, yaitu suatu tingkatan dari apa yang diharapkan pelanggan yang berasal dari apa yang semestinya diterima oleh pelanggan itu dan yang kedua adalah *adequate service*, yaitu tingkat terendah yang dapat diterima oleh pelanggan yang bergantung pada suatu situasi (Olli, 2007).

Dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman dan Berry(2004) pada variable x maka peneliti ingin melihat adanya suatu pengaruh yang kuat yang diberikan oleh pramugari Batik Air untuk para penumpang pesawatnya dimulai dengan pramugari yang

mempunyai pengetahuan yang tinggi sampai bagaimana cara dia berkomunikasi dalam dimensi empathy, dan juga dengan menggunakan konsep dari Kotler (2012) maka peneliti ingin melihat efek yang diberikan oleh variable x dengan tingkat kepuasan penumpang Batik Air serta apa yang akan mereka lakukan terhadap maskapai Batik Air.

HIPOTESIS PENELITIAN

Ha: Terdapat pengaruh antara kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang Batik Air.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang Batik Air.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif yang memakai dasar pendekatan deduktif yang berarti teori menjadi tolak ukur untuk menjawab masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Dasar menggunakan metode kuantitatif adalah dengan melihat adanya variable-variabel yang ada, juga fokus penelitian ini adalah untuk melihat adanya pengaruh dari antara variable-variabel tersebut maka ini menjadi alasan peneliti untuk memakai metode ini. Penelitian ini bersifat eksplanatif karena bersifat menjelaskan dan menguji hipotesa-hipotesa tentang adanya hubungan sebab akibat antara variable-variabel yang diteliti.

Target populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan maskapai Batik Air dengan rute Manado-Jakarta dan Individual sebagai unit analisisnya. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik nonprobabilitas dengan menggunakan purposive sampling sebagai landasannya. Peneliti membagikan kuisisioner kepada penumpang yang sudah pernah terbang menggunakan maskapai Batik Air rute Manado-Jakarta.

Sampel dalam penelitian ini adalah 312 orang dengan tingkat kesalahan sebanyak 5%, diambil dengan menggunakan metode oleh Isaac dan Michael dalam (Sarwono, 2006) dengan jumlah populasi sebanyak 3000 orang dihitung dari banyaknya penumpang Batik Air rute Manado-Jakarta dengan 3 penerbangan setiap hari masing-masing mengangkut 156 penumpang selama 7 hari. Pengumpulan sampel dilakukan dengan cara pembagian kuisisioner kepada penumpang yang sudah pernah terbang menggunakan maskapai Batik Air. Kriteria responden yang ditentukan adalah usia minimal 18 tahun dan menggunakan Batik Air rute Manado-Jakarta.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan 2 cara yaitu data primer dan data sekunder, dan menggunakan metode kuesioner. Dalam metode kuesioner

dilaksanakan dengan menggunakan pertanyaan terstruktur kepada responden dengan memakai teknik *self-administrated-quetionaire*, yaitu responden diminta untuk menjawab sendiri kuesioner yang telah dibuat peneliti dengan terstruktur. Kuesioner langsung dibagikan peneliti kepada responden. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana yaitu untuk mengetahui hubungan antar variabel, seberapa kuat hubungan antara variabel independen yaitu kualitas layanan dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Persamaan Regresi sederhana:

$$Y = a + b X$$

a= Konstanta

b= Koefisien Variabel X

Y= Variabel Dependen

X= Variabel Independen

Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada siapa saja yang sudah pernah terbang dengan maskapai Batik Air rute Manado-Jakarta, bertempat di Manado, Sulawesi Utara pada tanggal Senin 20 Juni 2016 sampai dengan Senin 4 Juli 2016. Validitas dan reliabilitas pada penelitian ini diukur berdasarkan teknik *Pearson Product*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | Jenis Kelamin | | | |
|-------|-------------|---------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | laki - laki | 133 | 42.6 | 42.6 | 42.6 |
| | perempuan | 179 | 57.4 | 57.4 | 100.0 |
| Total | | 312 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Hasil data profil menunjukkan bahwa dari total sampel 312 responden terdapat 42,6% berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 133 responden dan terdapat 57,4% berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 179 responden. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa wanita lebih dominan. Menurut temuan lapangan peneliti, memang untuk jenis kelamin tidak bisa dispesifikasikan lebih lanjut karena penerbangan bersifat universal.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| | | Pendidikan Terakhir | | | |
|-------|-------|---------------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SMA | 92 | 29.5 | 29.5 | 29.5 |
| | D - 3 | 61 | 19.6 | 19.6 | 49.0 |
| | S - 1 | 139 | 44.6 | 44.6 | 93.6 |
| | S - 2 | 16 | 5.1 | 5.1 | 98.7 |
| | S - 3 | 4 | 1.3 | 1.3 | 100.0 |
| | Total | 312 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Hasil data profil tabel diatas menunjukkan jumlah responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir setingkat SMA sebanyak 92 orang dengan persentase 29,5%, memiliki tingkat pendidikan terakhir setingkat D-3 sebanyak 61 orang dengan persentase 19,6%, memiliki tingkat pendidikan terakhir setingkat S-1 sebanyak 139 orang dengan persentase 44,6%, memiliki tingkat pendidikan terakhir setingkat S-2 sebanyak 16 orang dengan presentase 5,1% dan sisanya sebanyak 1,3% yaitu sebanyak 4 responden memiliki tingkat pendidikan terakhir S-3. Dapat dilihat konsumen dengan pendidikan akhir S1 mendominasi yaitu sebanyak 139 orang. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Kusuma, Adi dan Yulianto (2005) yang mengatakan konsumen yang memilih penerbangan dengan tujuan ke Jakarta dan menggunakan maskapai full service biasanya untuk urusan bisnis dan didominasi dengan tingkat pendidikan diatas SMA.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| | | Usia Responden | | | |
|-------|-----------|----------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 18-24 | 115 | 36.9 | 36.9 | 36.9 |
| | 25-31 | 133 | 42.6 | 42.6 | 79.5 |
| | 32-38 | 42 | 13.5 | 13.5 | 92.9 |
| | 39 keatas | 22 | 7.1 | 7.1 | 100.0 |
| Total | | 312 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Hasil data profil tabel diatas menunjukkan jumlah responden yang berusia 18-24 tahun sebanyak 115 orang dengan persentase 36,9%, jumlah responden yang berusia 25 - 31 tahun sebanyak 133 orang dengan persentase 42,6%, jumlah responden yang berusia 32 - 38 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 13,5%, dan jumlah responden yang berusia diatas 39 tahun keatas sebanyak 22 orang dengan persentase 7,1%. Dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak ada pada usia 25 – 31 tahun. Hasil ini sejalan dengan tingkat pendidikan

yang dominan yaitu berpendidikan terakhir S1 yang menurut hasil observasi peneliti pada saat penyebaran kuesioner rata – rata berada pada kelompok umur 25 – 31 tahun.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penerbangan

| Frekuensi Penerbangan | | | | |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2-4 | 160 | 51.3 | 51.3 |
| | 5 keatas | 152 | 48.7 | 100.0 |
| | Total | 312 | 100.0 | 100.0 |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Hasil data profil table diatas menunjukkan jumlah frekuensi penerbangan responden dengan maskapai Batik Air, sebanyak 160 orang sudah pernah terbang dengan Batik Air sebanyak 2-4 kali dengan presentase 51,3% sedangkan sebanyak 152 orang sudah pernah terbang dengan Batik Air sebanyak 5 kali keatas dengan presentase 48,7%.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penerbangan Batik Air Dengan Rute Manado – Jakarta

| Terbang Dengan Batik Air Manado - Jakarta | | | | |
|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | ya | 312 | 100.0 | 100.0 |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Semua responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sudah pernah terbang menggunakan Batik Air dengan rute Manado-Jakarta, karena ini merupakan syarat mutlak bagi responden untuk dapat melanjutkan pengisian kuesioner dalam penelitian ini.

Tabel 6. Analisis Deskriptif pada Variabel X

| Statistics | | | | | | |
|------------|----------------|-------------|----------------|-----------|-----------|---------|
| | | Reliability | Responsiveness | Assurance | Tangibles | Empathy |
| N | Valid | 312 | 312 | 312 | 312 | 312 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mean | 3.82 | 3.80 | 3.96 | 4.10 | 3.77 |
| | Std. Deviation | .745 | .847 | .697 | .673 | .924 |
| | Minimum | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| | Maximum | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel, nilai rata – rata dimensi Tangibles tertinggi dibandingkan yang lain yaitu sebesar 4,10. Lalu, diikuti oleh Assurance dengan rata – rata 3,96 dan terakhir adalah dimensi Empathy yaitu sebesar 3,77. Dapat dikatakan,

konsumen memiliki pemikiran positif terhadap dimensi Tangibles, dalam penelitian ini yaitu kesopanan seragam pramugari Batik Air dan ketertarikan penumpang pada penampilan pramugari Batik Air sehingga berkontribusi besar dalam peningkatan kualitas layanan pramugari Batik Air.

Dari hasil yang didapatkan oleh peneliti dari jawaban hasil kuisisioner oleh sampel tentang pertanyaan soal variable X dengan total 10 butir pertanyaan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pramugari Batik Air dengan indikator reliability, responsiveness, assurance, tangibles, dan empathy dari teori RATER yang dinyatakan secara positif dalam kuisisioner yang disebar untuk mendapatkan data primer disetujui secara positif, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Batik air memenuhi indikator variabel X dan menandakan kualitas layanan pramugari Batik Air positif.

Tabel 7. Analisis Deskriptif pada Variabel Y

| Statistics | | | |
|-----------------------|----------------|---------------|-----------------|
| | | Desire | Adequate |
| N | Valid | 312 | 312 |
| | Missing | 0 | 0 |
| Mean | | 3.80 | 3.70 |
| Std. Deviation | | .799 | .880 |
| Minimum | | 2 | 1 |
| Maximum | | 5 | 5 |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2016

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan dimensi Desire dengan nilai rata – rata 3,80 adalah yang tertinggi dibandingkan dengan nilai rata-rata dimensi Adequate. Oleh karena itu, dapat dikatakan pelanggan atau penumpang Batik Air merasa puas terhadap pelayanan pramugari Batik Air yang dalam penelitian ini Penumpang mudah memperoleh informasi, mutu pelayanan yang baik dan selalu mendapatkan senyuman yang tulus dari pramugarinya.

Dari hasil yang didapatkan oleh peneliti dari jawaban hasil kuisisioner oleh sampel tentang pertanyaan soal variable Y dengan total 6 butir pertanyaan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Batik Air dengan indikator dari teori Zeithaml dan Bitner yaitu desire service dan adequate service yang dinyatakan secara positif dalam kuisisioner yang disebar untuk mendapatkan data primer disetujui secara positif, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Batik air memenuhi indikator kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Penelitian ini sudah berlangsung pada Senin 20 Juni 2016 sampai dengan Senin 4 Juli 2016. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling dengan responden sebanyak 312 orang di Manado, Sulawesi Utara. Dalam penelitian ini terdapat variabel X yaitu variabel Kualitas layanan serta variabel Y yaitu variabel Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis data statistik diperoleh dengan program IBM SPSS Statistics 22. dan dimulai dengan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

Dalam uji validitas, baik pada variabel X maupun Y menunjukkan data yang ada adalah valid. Sedangkan, dalam uji reliabilitas variabel X menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,913 dan pada Y adalah 0,906. Oleh karena itu, dinyatakan reliabel dengan tingkat sangat tinggi karena nilai yang lebih tinggi dari 0,60.

Selanjutnya hasil data profil menunjukkan bahwa dari total sampel 312 responden terdapat 42,6% berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 133 responden dan terdapat 57,4% berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 179 responden. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa wanita lebih dominan dengan tingkat pendidikan S-1 dan juga yang berusia 25-31 tahun. Sebagian besar responden juga sudah terbang dengan maskapai Batik air sebanyak 2-4 kali dan semuanya sudah pernah terbang mengikuti rute Manado – Jakarta.

Kualitas layanan pramugari Batik Air dengan indikator reliability, responsiveness, assurance, tangibles, dan empathy dari teori RATER yang dinyatakan secara positif dalam kuisisioner yang disebar untuk mendapatkan data primer disetujui secara positif, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Batik Air memenuhi indikator variabel X dan menandakan kualitas layanan pramugari Batik Air positif. Untuk variabel Y dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Batik Air dengan indikator dari teori Zeithaml dan Bitner yaitu desire service dan adequate service yang dinyatakan secara positif dalam kuisisioner yang disebar untuk mendapatkan data primer disetujui secara positif, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Batik Air memenuhi indikator kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, dilakukan pengujian koefisien determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel X terhadap variabel Y. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa adjusted R square sebesar 0,796 adalah koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya kontribusi kualitas layanan (variabel X) terhadap kepuasan penumpang (variabel Y). Pada penelitian ini memperlihatkan nilai R square yang diperoleh adalah $0,796 \times 100\% = 79,6\%$ dengan penjelasan kontribusi variabel

bebas yaitu kualitas layanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan penumpang sebesar 79,6% dan dengan demikian, dapat diketahui pengaruh dari faktor lain diluar variabel X sebesar 20,4%.

Pengujian regresi selanjutnya dalam penelitian ini dapat dilihat dari hasil tabel coefficient, nilai konstanta (a) sebesar -0,535 sedangkan, nilai koefisien regresi (b) sebesar 1,101. sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bX$ menjadi $Y = -0,535 + 1,101X$. dapat diinterpretasikan bahwa apabila kualitas layanan (X) dan kepuasan penumpang(Y) diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan dalam penelitian ini, maka setiap kenaikan skor pada kualitas layanan sebesar 1 unit akan diikuti oleh kenaikan skor kepuasan penumpang sebesar 1,101 dan konstanta sebesar -0,535 menyatakan bila tidak ada variabel kualitas layanan maka kepuasan penumpang hanya akan sebesar -0,535.

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis melalui analisis uji t dengan syarat apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima, menandakan ada pengaruh positif atau signifikan antara variabel independen dan dependen. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 34,809 yang lebih besar dari nilai t tabel dengan df (n-2) sebesar 1,9676. Sehingga, dapat disimpulkan uji t berpengaruh secara positif atau signifikan. Pengujian hipotesis juga dilakukan dengan perbandingan nilai signifikansi. Taraf signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05. Oleh karena itu, apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan apabila, signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel Coefficient sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif atau signifikan dari kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang Batik air.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air. Setelah melakukan analisis data pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik simpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh antara kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik air. Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan SPSS 22, persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini adalah $Y = -0,535 + 1,101X$. Variable kualitas layanan mempengaruhi variable kepuasan penumpang dan memiliki korelasi yang sangat tinggi dengan angka 79,6%. Ini artinya pengaruh kualitas layanan pramugari terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air sangat besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2015). *Direktorat Transportasi Udara*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Berry, L. L. and Parasuraman, A. (2004). *Marketing Services: Competing Through Quality. Taschenbuch*. Free Press.
- Budiana, R. (2008). *Pengaruh Distribusi Fisik dan Customer Service Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT Kimia Farma T&D Cabang Cirebon*. Exposure Jurnal.
- Hardjanti, A dan Amalia, D. (2014). *Pengaruh Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust dan Switching Barriers terhadap Customer Retention*. Jurnal Ekonomi. No 5 jilid 1.
- Irawan, H.D. (2012, Juli 26). *Tantangan Customer Service [Weblog post]*. Diakses dari <http://www.marketing.co.id/tantangan-customer-service/>
- Kotler, P. and Keller, K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Merry, A. (2014). *The Star of Services*. Yogyakarta: Saujana.
- Mosahab, R. (2010). *Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty: A Test of Mediation*. Jurnal Bisnis Internasional. Volume 3, No 4.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Newby, T. and McManus, S. (2002). *The Customer Service Pocket Book*. U.K: Management Pocketbooks Ltd.
- Olli, N. (2007). *Measuring Differences in Service Expectations Between B2b and B2c Customers*. Finlandia: Lappeenranta University of Technology.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sonneveld, A.M. (2008). *Best Practice Guide for Customer Service Professionals*. U.K: Customer 1st International Ltd.
- Sukmana, Y. (2016). *Garuda Indonesia menyabet penghargaan kembali [Weblog post]*. Diakses dari <http://www.kompas.com>
- Wahyudi, J. E. dan Restuti, S. (2015). *Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Sinar Pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Volume 7 No 2.
- West, R. and Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wisnalmawati. (2005). *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 10 No 3.
- Yuswohady. (2008). *Crowd Marketing Becomes Horizontal*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka.