

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa
Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Christina Puspaningtyas

11130002

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA PENERBANGAN PT LION AIR DI YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



OLEH :

CHRISTINA PUSPANINGTYAS

11130002

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JASA PENERBANGAN PT LION AIR DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

Christina Puspaningtyas

No Mahasiswa : 11130002

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN JASA PENERBANGAN PT LION AIR DI
YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

CHRISTINA PUSPANINGTYAS

11130002

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

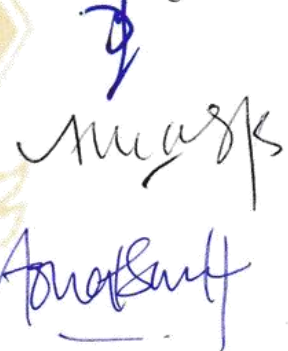
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 10 JAN 2017

Nama Dosen

1. Dr. Singgih Santoso, MM :
(Ketua Tim)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, SE, MM :
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE, MM :
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 17 JAN 2017

Disahkan oleh:

Dekan,


DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,


Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENERBANGAN PT LION AIR DI YOGYAKARTA”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjan pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta , adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 14 /12 /2016.....



(Christina Puspanig Tyas)
11130002

Halaman Motto

Hardwork is another name for Miracle.

You must be the change you wish to see in the world.

Always be the leading Lady of your own life.

If Silent is a Gold, Action is similar than Diamond.

Having a soft heart in a harsh world is courage, not weakness.

Live is not about something you can use, but something you can give to other.

©UKDOWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk:

Penulis mempersembahkan Skripsi ini untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus

2. Kedua Orang Tuaku

Papa Heriyanto dan Mama Sri Rahayu

3. Dosen Pembimbing Skripsi

Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, M.M.

4. Kakakku

Dian Marvianti Wiharyuningtyas

5. Adik – adikku

Ersa Agustiningtyas dan Tegar Wimarstyo

6. Sahabatku yang super

Albanus, Dhyana, Yohanes, Serafhina, Denny, Andita, Claudya, Quency dan Daieana

7. Dan teman – teman penulis yang tidak disebutkan satu – persatu.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta”** yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kemampuan berfikir pada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
2. Orang tua ku, Bapak Heriyanto dan Ibu Sri Rahayu yang selalu mendukung lewat doa, memberi semangat, perlindungan, dan kasih sayang.
3. Adik – adikku yang aku sayangi, Ersu Agustiningtyas dan Tegar Wimarstyo.
4. Bapak Dr. Singgih Santosa M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis.
5. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, S.E. M.si selaku Kaprodi Manajemen.
6. Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, M.M. selaku dosen pembimbing dengan senantiasa membimbing dan mengarahkan dari pemilihan judul sampai ujian pendadaran skripsi.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu.
8. Sahabatku yang super Albanus, Yohanes, Serafhina, dan Andita yang berjuang bersama untuk menyusun skripsi. Serta Dhyana, Quency, Claudya dan Daieana yang selalu menemani serta memberikan semangat.
9. Teman – teman angkatan 2013 Manajemen, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

10. Responden dari pelanggan PT Lion Air yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
11. Pihak – pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Desember 2016

Penulis

Christina Puspaningtyas

11130002

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	5
1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian.....	5
1.5.2 Responden Penelitian.....	6
1.5.3 Periode Penelitian.....	6

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Teori Tentang Karakteristik Jasa.....	7
2.1.1 Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	7
2.2 Teori Tentang Pelayanan.....	8
2.2.1 Pengertian Pelayanan	8
2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.3 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
2.3.2 Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	14
2.3.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan	16
2.4 Model Penelitian.....	19
2.5 Hipotesis	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Deskripsi.....	22
3.2 Bentuk Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Pengukuran Variable.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1 Jenis Data	26
3.5.2 Alat Analisis Data	27

3.6 Metode Analisis Data	28
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.2 Analisis Regresi Berganda	29
3.6.3 Uji Parsial	30
3.6.4 Koefisien Determinasi	31
3.6.5 Uji Simultan	32
3.6.6 Korelasi	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Statistik Deskriptif.....	34
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Lion Air.....	39
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	39
4.2 Analisis Data.....	40
4.2.1 Uji Validitas.....	41
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.2.5 Uji F.....	47
4.2.6 Uji T.....	58
4.3 Pembahasan.....	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.1.1 Profil Responden.....	55
5.1.2 Uji Regresi Linier Berganda	56
5.1.3 Hasil Analisis Data	57
5.1.4 Kesimpulan Hipotesis	57
5.1.5 Keterbatasan Penelitian	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Lion Air....	39
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.8 Hasil Reabilitas.....	43
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.10 Uji Koefisiensi Determinasi.....	46
Tabel 4.11 Uji F atau Uji Anova.....	47
Tabel 4.12 Tabel Uji T.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	62
Uji Koefisien Determinasi.....	63
Uji Anova.....	63
Coefficients.....	63
Excel Kuesioner.....	64
Surat Ijin Penelitian Bapeda.....	68

©UKDW

ABSTRAK

Pertumbuhan industri penerbangan melonjak tajam dalam satu dekade terakhir di Indonesia. Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan juga semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin ketatnya persaingan dalam harga dan promosi yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan di Indonesia.

Setiap perusahaan, dapat dinilai baik melalui bentuk layanannya. Kualitas Layanan yang baik dapat menimbulkan tingkat kepuasan konsumen yang baik pula. Seperti halnya di dalam penelitian ini yang membahas tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebuah perusahaan jasa penerbangan yaitu PT Lion Air. Dimana sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan jasa penerbangan dari PT Lion Air lebih dari 2 kali, serta metode yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan mengedarkan daftar pertanyaan kepada 100 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel Kepuasan Pelanggan, X1 variabel *tangible*, X2 variabel *reliability*, X3 variabel *responsiveness*, X4 variabel *assurance*, dan X5 variabel *empathy*.

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel *Tangible*/Bukti Fisik, *Responsiveness*/Daya Tanggap dan *Assurance*/Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta. Sedangkan pada variabel *Reliability*/Keandalan dan *Empathy*/Empati tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta. Kepuasan Pelanggan dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Pelanggan, PT Lion Air.

ABSTRACT

The growth of the aviation industry jumped sharply in the last decade in Indonesia. The development of services in the airline industry is also increasing every year. It can be seen from the increasing competition in price and promotions offered by airlines in Indonesia.

Every company, can be assessed by the form of service performances. Good service quality can pose a good level of customer satisfaction as well. This study discusses the influence of Quality of Service to the Customer Satisfaction on aviation services company which is PT Lion Air. Where the sample in this study were 100 respondents who have used the services of PT Lion Air flights more than 2 times and the method used is purposive sampling. Techniques of collecting data by distributing questionnaires to 100 respondents. To test the hypothesis used multiple linear regression, where Y refers to the variable Customer Satisfaction, tangible variables X1, X2 variable reliability, responsiveness variable X3, X4 variable assurance, and empathy variables X5.

Hypothesis testing using T test showed that there was the influence of variables Tangible / Physical Evidence, Responsiveness / Responsiveness and Assurance / Assurance of Customer Satisfaction Aviation Services PT Lion Air in Yogyakarta. While the variable Reliability / Reliability and Empathy / Empathy has no effect on customer satisfaction PT Lion Air Flight Services in Yogyakarta. Customer satisfaction is explained of other variables not examined in this study.

Keywords: Quality of Service, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction, PT Lion Air.

ABSTRAK

Pertumbuhan industri penerbangan melonjak tajam dalam satu dekade terakhir di Indonesia. Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan juga semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin ketatnya persaingan dalam harga dan promosi yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan di Indonesia.

Setiap perusahaan, dapat dinilai baik melalui bentuk layanannya. Kualitas Layanan yang baik dapat menimbulkan tingkat kepuasan konsumen yang baik pula. Seperti halnya di dalam penelitian ini yang membahas tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebuah perusahaan jasa penerbangan yaitu PT Lion Air. Dimana sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan jasa penerbangan dari PT Lion Air lebih dari 2 kali, serta metode yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan mengedarkan daftar pertanyaan kepada 100 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel Kepuasan Pelanggan, X1 variabel *tangible*, X2 variabel *reliability*, X3 variabel *responsiveness*, X4 variabel *assurance*, dan X5 variabel *empathy*.

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel *Tangible*/Bukti Fisik, *Responsiveness*/Daya Tanggap dan *Assurance*/Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta. Sedangkan pada variabel *Reliability*/Keandalan dan *Empathy*/Empati tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta. Kepuasan Pelanggan dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Pelanggan, PT Lion Air.

ABSTRACT

The growth of the aviation industry jumped sharply in the last decade in Indonesia. The development of services in the airline industry is also increasing every year. It can be seen from the increasing competition in price and promotions offered by airlines in Indonesia.

Every company, can be assessed by the form of service performances. Good service quality can pose a good level of customer satisfaction as well. This study discusses the influence of Quality of Service to the Customer Satisfaction on aviation services company which is PT Lion Air. Where the sample in this study were 100 respondents who have used the services of PT Lion Air flights more than 2 times and the method used is purposive sampling. Techniques of collecting data by distributing questionnaires to 100 respondents. To test the hypothesis used multiple linear regression, where Y refers to the variable Customer Satisfaction, tangible variables X1, X2 variable reliability, responsiveness variable X3, X4 variable assurance, and empathy variables X5.

Hypothesis testing using T test showed that there was the influence of variables Tangible / Physical Evidence, Responsiveness / Responsiveness and Assurance / Assurance of Customer Satisfaction Aviation Services PT Lion Air in Yogyakarta. While the variable Reliability / Reliability and Empathy / Empathy has no effect on customer satisfaction PT Lion Air Flight Services in Yogyakarta. Customer satisfaction is explained of other variables not examined in this study.

Keywords: Quality of Service, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction, PT Lion Air.

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri penerbangan melonjak tajam dalam satu dekade terakhir di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbesar ke-4 di dunia dan merupakan negara yang terdiri dari banyak kepulauan. Hal tersebut merupakan salah satu faktor meningkatnya pertumbuhan pasar penerbangan di Indonesia, karena masyarakat memilih jalur transportasi udara sebagai andalan.

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan juga semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin ketatnya persaingan dalam harga dan promosi yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan di Indonesia.

Begitu juga dengan Lion Air, maskapai penerbangan nasional yang mencoba untuk menerapkan penerbangan bertarif rendah/murah (*Low Cost Carrier*) tetapi tetap mempertahankan kualitas pelayanan dengan semaksimal mungkin. Ada beberapa tipe atau jenis penerbangan di Indonesia, yaitu penerbangan yang menerapkan sistem full service, di mana maskapai penerbangan tersebut memberikan pelayanan secara maksimal terhadap kebutuhan konsumen dimulai dari tersedianya makanan, snack, kapasitas bagasi yang lebih dan masih banyak lagi yang tentunya dengan harga yang sesuai. Kemudian ada pula maskapai yang menerapkan *system medium service*, di mana maskapai penerbangan tersebut masih menyediakan snack dan kapasitas bagasi yang hampir sama dengan jenis *full service* yang tentunya dengan tarif yang lebih terjangkau oleh konsumen biasa. Dan selanjutnya ada pula yang menerapkan sistem *low cost* atau sering disebut penerbangan bertarif rendah, dimana maskapai tersebut tidak menyediakan makanan ataupun snack tetapi menjual makanan di dalam pesawat

tersebut dan juga mempunyai kapasitas bagasi yang sedikit lebih rendah dibandingkan dua sistem lainnya, seperti yang diterapkan oleh Lion Air Indonesia. Penerbangan bertarif rendah ini juga banyak diterapkan oleh maskapai-maskapai penerbangan lainnya, karena melihat situasi dan kondisi penumpang pada saat ini yaitu ingin cepat sampai tujuan tetapi tidak memerlukan waktu yang lama.

Di lihat dari *market size*, industri penerbangan cukup menggiurkan. Badan Pusat Statistik melansirkan pada bulan Januari hingga Mei 2011 tercatat sekitar 20,4 juta orang yang terbang dengan pesawat domestik. Dan penumpang pesawat terbanyak tercatat di Bandara Soekarno-Hatta Cengkareng yaitu 6,8 juta orang. Dan untuk rute domestik, PT Lion Mentari Air menjadi maskapai yang paling banyak menerbangkan penumpang dengan 5,70 juta atau memiliki 36,63% pangsa pasar penumpang domestik. Permintaan akan angkutan udara masih memungkinkan meningkat diatas jumlah tersebut, terlebih pada musim sibuk seperti hari libur anak sekolah, hari besar keagamaan atau musim sepi/hari biasa. Disini dapat dilihat bahwa penerbangan bertarif rendah juga dapat memberikan kontribusi yang lebih dalam persaingan di dunia bisnis penerbangan Indonesia. Dengan menerapkan sistem LCC yang mana maskapai hanya memberikan layanan minim, konsumen maskapai Lion Air tentu tidak dapat berharap banyak untuk pelayanan yang lebih. Namun Lion Air tetap berusaha untuk mempertahankan kualitas pelayanan agar dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga hal-hal itu dapat menunjang terciptanya hubungan yang baik dengan konsumen yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian/penggunaan kembali maskapai penerbangan Lion Air.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka peneliti mengambil judul riset pemasaran “Pengaruh Kualitas Pelayanan Lion Air terhadap Kepuasan Konsumen.”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah wujud fisik (*tangibles*) dari layanan Lion Air berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah keandalan (*reliability*) dari layanan Lion Air berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) dari layanan Lion Air berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah jaminan (*assurance*) dari layanan Lion Air berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kepedulian (*emphaty*) dari layanan Lion Air berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah Dimensi Kualitas Layanan dari Lion Air berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangibles*) layanan Lion Air terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keandalan (*reliability*) layanan Lion Air terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) layanan Lion Air terhadap kepuasan pelanggan.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) layanan Lion Air terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh empati (*emphaty*) layanan Lion Air terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Lion Air.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti :

Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

Selain itu penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan di Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

2. Manfaat Bagi Lembaga Pendidikan :

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi lembaga pendidikan beserta para mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Manfaat bagi konsumen :

Untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada para pelanggan dan masyarakat tentang mutu dan kualitas pelayanan produk yang diberikan oleh PT Lion Air Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi responden sebagai berikut :

1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian.

a. Variabel Dependen :

1. Kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*)

- Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller **Kepuasan Konsumen** adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

b. Variabel Independen :

1. Wujud Fisik (*Tangibles*)

- *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.

2. Keandalan (*Reability*)

- *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

- *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

- *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

1.5.2 Lokasi Penelitian

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari pelanggan yang telah memakai jasa penerbangan dari PT Lion Air sebanyak lebih dari 2 kali di Bandara Adi Sutjipto Yogyakarta.

1.5.3 Periode penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan bulan November tahun 2016.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah dan analisis data yang telah dilakukan berkaitan dengan Kualitas Layanan yang diberikan oleh PT Lion Air terhadap tingkat Kepuasan Konsumen di Yogyakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Profil Responden

- a. Berdasarkan jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas adalah wanita dengan presentase 61%. Sedangkan 39% lainnya merupakan responden pria.
- b. Berdasarkan usia dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas berusia ≤ 20 tahun dengan prosentase sebesar 57%. 36% responden berusia 21-30 tahun, dan 7% lainnya berusia ≥ 31 tahun.
- c. Berdasarkan pendidikan terakhir dapat disimpulkan bahwa sebesar 80% responden memiliki pendidikan terakhir SMA dan 20% lainnya memiliki pendidikan terakhir seperti SMP, D3 ataupun Sarjana.
- d. Berdasarkan pekerjaan dapat disimpulkan bahwa sebesar 77% berprofesi sebagai mahasiswa, 23% lainnya berprofesi sebagai Karyawan, Pegawai Swasta maupun Wiraswasta.
- e. Berdasarkan tingkat penggunaan Jasa Penerbangan PT Lion Air didominasi oleh penggunaan sebanyak ≤ 5 kali dengan presentase sebesar 50%. Frekuensi 6-10 kali sebanyak 35% dan ≥ 11 kali sebanyak 15%.

5.1.2 Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pembahasan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan :

$$Y = -0,287 + 0,472Tangible - 0,151Reliability + 0,222Responsiveness + 0,394Assurance + 0,109Emphaty$$

Persamaan tersebut menjelaskan bahwa konstanta sebesar -0,287 bernilai negatif. Sehingga, apabila nilai variable *Tangible*/Wujud Fisik, *Reliability*/Keandalan, *Responsiveness*/Daya Tanggap, *Assurance*/Jaminan, dan *Emphaty*/Empati bernilai nol atau positif, akan mempengaruhi nilai Kepuasan Konsumen menjadi positif. Variabel *Tangible*/Wujud Fisik sebesar 0,472 bernilai positif. Artinya, Artinya apabila Layanan berupa Wujud Fisik dari PT Lion Air semakin baik, maka tingkat Kepuasan Konsumen akan semakin meningkat pula. Koefisien Regresi Variable *Reliability*/Keandalan sebesar -0,151 bernilai negative. Artinya variable Keandalan/*Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Koefisien Regresi *Responsiveness*/Daya Tanggap bernilai positif sebesar 0,222. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sedikit variable *Responsiveness*/Daya Tanggap. Koefisien Regresi *Assurance*/Jaminan bernilai positif sebesar 0,394. Artinya apabila layanan PT Lion Air semakin menjamin atau memiliki jaminan baik kesehatan, keselamatan, harta benda yang baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Trans Jogja. Koefisien Regresi *Emphaty*/Empati sebesar 0,109 yang bernilai positif. Artinya, apabila layanan pihak PT Lion Air semakin memberikan empati atau memberikan keinginan sesuai yang diharapkan konsumen, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen PT Lion Air.

5.1.3 Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil dari data analisis SPSS menghasilkan 32,8% Variabel dependen (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*Tangible*/Wujud Fisik, *Reliability*/Keandalan, *Responsiveness*/Daya Tanggap, *Assurance*/Jaminan, dan *Emphaty*/Empati). Sedangkan sisanya, yaitu ($100\% - 32,8\% = 67,2\%$) dijelaskan oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.4 Kesimpulan Hipotesis

Sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan sebagaimana diuraikan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan antara variabel Wujud Fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan konsumen” adalah terbukti. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan antara variabel Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan konsumen” adalah tidak terbukti. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan antara variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen” adalah terbukti. Artinya tingkat daya tanggap karyawan maupun perusahaan, tidak akan menimbulkan kepuasan konsumen. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan antara variabel Jaminan (*Assurance*) terhadap keputusan pembelian” adalah terbukti. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh signifikan antara variabel Empati (*Emphaty*) terhadap keputusan pembelian” adalah tidak terbukti

5.1.5 Keterbatasan Penelitian

Adapun dalam menjalani penelitian ini, peneliti mengalami beberapa hal yang menjadikan adanya keterbatasan penelitian sebagai berikut :

1. Terbatasnya jumlah responden dalam penelitian kali ini, dimana responden hanya berjumlah 100 orang. Hal tersebut menyebabkan hasil penelitian tidak bisa di generalisasikan.
2. Terbatasnya cakupan lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian hanya terbatas pada wilayah Yogyakarta. Hal tersebut menyebabkan hasil penelitian tidak bisa di generalisasikan.
3. Variabel penelitian dalam penelitian ini masih terbatas dan banyak dari variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan penumpang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. PT Lion Air diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan dalam segala aspek variabel sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Meningkatkan layanan khususnya dalam hal ketepatan waktu. Yang dimana dinilai kurang memuaskan oleh konsumen.
3. Lebih memberikan Empati / Emphaty kepada konsumen sehingga nantinya variabel ini dapat menjadi salah satu faktor peningkatan kepuasan konsumen.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak.

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian, sehingga penelitian dapat dilaksanakan bukan hanya di daerah Yogyakarta.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variable lain, yang mungkin belum dideteksi dalam penelitian ini.
- d. Untuk pernyataan yang diberikan tidak hanya berupa pernyataan tertutup tetapi juga pernyataan maupun pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ghozali, Imam. 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*, BP UNDIP, Semarang.

Kotler. P. 2002, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi bahasa Indonesia)*, Jakarta : PT. Prenhalindo Indonesia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, PT. INDEKS, Jakarta.

Sugiyono. 2004, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2001, *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2002, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta, Penerbit Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayumedia Publisng

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umar, Husein, 2008, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

JURNAL

Paramarta, Wayan Arya, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza HUT Gatot Subroto Denpasar*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2, No. 1.

Mardikawati , Woro dan Naili Farida, 2013, *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)*, Jurusan Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro

SKRIPSI

Manullang, Ida, 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*, Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan.

Agustyn, Renata Riskia, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo)*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang