

SKRIPSI
ANALISA KEPUASAN PENUMPANG PESAWAT LION AIR
RUTE PENERBANGAN LOMBOK - SURABAYA



Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1 Rekayasa Sipil

Disusun oleh:

TIARA SURDIYANTI

NIM :41411A0060

PROGRAM STUDI REKAYASA SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
TAHUN 2020

**PENGARUH MARKA JALAN DAN PAKU JALAN (MATA KUCING)
TERADAP TINGKAT KENYAMANAN BERKENDARA PADA MALAM
HARI DI RUAS JALAN SANDUBAYA SWETA INDAH**

NAMA : Tiara Surdiyanti

NIM : 41411A0060

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing :

1. Pembimbing Utama



Ir. ISFANARI, ST., MT
NIDN. 0830086701

2. Pembimbing Pendamping



TITIK WAHYUNINGSIH, ST., MT
NIDN. 0819097401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik
FT – UM Mataram



Ir. ISFANARI, ST., MT
NIDN. 0830086701

Ketua Prodi Rekayasa Sipil
FT – UM Mataram



TITIK WAHYUNINGSIH, ST., MT
NIDN. 0819097401

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**ANALISA KEPUASAN PENUMPANG PESAWAT LION AIR RUTE
PENERBANGAN LOMBOK - SURABAYA**

Yang Dipersiapkan Dan Disusun Oleh:

Nama : Tiara Surdiyanti
Nim : 41411A0060

Telah dipertahankan didepan tim penguji
Pada tanggal:31 Januari 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan tim penguji:

Susunan tim penguji	Tanda tangan
1. Ir.Isfanari, ST., MT	 (.....) (Ketua)
2. Titik Wahyuningsih, ST., MT	 (.....) (Anggota 1)
3. Dr.Eng.Hariyadi, ST., M.Sc (Eng)	 (.....) (Anggota 2)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Mataram


Ir. Isfanari, ST., MT
NIDN. 0830086701

Ketua Program Studi Rekayasa Sipil

Universitas Muhammadiyah Mataram


Titik Wahyuningsih, ST., MT
NIDN. 081097401

SURAT HASIL PERYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi dengan judul:

“ANALISA KEPUASAN PENUMPANG PESAWAT Lion Air RUTE PENERBANGAN LOMBOK SURABAYA” Benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain. Ide data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber tulisan atau ide dari orang lain dinyatakan secara tertulis dalam Tugas Akhir/Skripsi disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terbukti dikemudian hari bahwa tugas Akhir/Skripsi merupakan hasil plagiasi, maka ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram

Demikian surat pernyataan ini saya buat tanpa tekanan dari pihak manapun dan dengan kesadaran penuh terhadap tanggung jawab dan konsekuensi.

Mataram, February 2020

Yang membuat pernyataan,



(TIARA SURDIYANTI)

NIM: 41411A0060

PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Penelitian secara khusus mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada pihak yang telah membantu. Ada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Segala Rahmat dan Karunia-Nya puji dan puja syukur tiada henti kupakanjatkan kepada Allah S. W. T, atas berkat rahmat dan aniyahnya sehingga skripsi yang sederhana ini bisa terselsaikan, shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepda junjungan alam dan panutan kita Nabi Besar Muhammad S. A. W.
2. Kepada orang tua tercinta yang selama ini telah mendukung, perhatian, doa dan kasih sayang yang tidak henti-hentinya demi kelancaran dan kesuksesan penelitian dalam menyelsaikan skripsi ini.
3. Buat saudara Kandungku (Dodi Subandi) dan keluarga besarku beserta saudara sepupu saya dari keluarga bapak ibu (Kakak Meri meivita Dewi, Nilam Sari, Novita Maramis, Vira Dila Risna Putri, Riska Nabila, kakak Elisa Rismawati, kakak Ahmad Ramdani, kakak Eni Sulastri, Kakak Ripandi, Wendi Agustiono dan Wahyuni Hairunnisa terimakasih atas motivasi dan dukungan yang telah kalian berikan.
4. Terimakasih Untuk seseorang yang memberikan dukungan dan motivasi menyelsaikan skripsi ini
5. Buat sahabatku dan teman – teman Asih Setiatin, Muh. Khalilurrahman, Wawan DA, Wiresangkri, Novita Wundari dan Wahyu Idris terimakasih atas bantuan dorongan motivasi dan waktu kalian yang telah kalian berikan selama ini.
6. Buat temen – teman seperjuangan jurusan Reaksayasa Sipil Universitas Muhammadiyah Mataram terutama teman – teman kelas B angkatan 2014 terimakasih saya ucapkan dukungan dan motivasinya.
7. Dosen – dosen yang telah memberikan pelajaran selama perkuliahan dan dosen yang telah membimbingku dalam menyelsaikan skripsi ini

terimakasih ku ucapkan kepada bapak Ir.Isfanari.ST.,MT Dan Ibu Titik
Wahyuningsih .,ST.,MT

8. Untuk almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Mataram.

MOTTO

Ketika kita mengalami suatu masalah yang berat, jadikan Allah sebagai tempat curhat pertama. Karena Dialah pemegang kendali hidup kita. Dari kegagalan dan masalah menjadi pembelajaran yang berarti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**ANALISA KEPUASAN PENUMPAN PESAWAT LION AIR RUTE PENERBANGAN LOMBOK – SURABAYA**"

sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Teknik, Rekayasa Sipil di Universitas Muhammadiyah Mataram. Shalawat serta salam semoga selamanya tetap tercurahkan kepada junjungan alam dan panutan kita Nabi Besar Muhammad S.A.W. Manusia terpilih yang diutus oleh yang maha kuasa untuk memperbaiki akhlak manusia, yang membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang yaitu islam.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, bantuan dan kerja sama, dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Melalui lembar halaman ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mustamin H. Arsyad Abd Gani., M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Ir Isfanasri, ST.,MT selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Ibu Titik Wahyuningsih .,ST.,MT ketua Program Studi Rekayasa Sipil
4. Bapak Ir Isfanasri, ST.,MT selaku Dosen Pembimbing Utama
5. Ibu Titik Wahyuningsih .,ST.,MT selaku Dosen Pembimbing Pendamping
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan saya pelajaran
7. Keluargaku, Ayah dan Ibu tercinta, untuk dorongan dan perhatian yang tidak pernah habis serta doa yang tidak pernah putus. Semoga penulis dapat memberikan yang terbaik untuk Ayah dan Ibu.
8. Pimpinan dan Staff Bandara Internasional Airport dan yang telah memberikan ijin dan kesempatan pada peneliti untuk melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

9. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Rekayasa Sipil angkatan 2 yang telah memberikan masukan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Wassalammualaikum Wr. Wb.

Mataram, februari 2020

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKxvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pengertian Moda Transportasi	5
2.2 Moda Transportasi Berdasarkan Geografis Operasi	6
2.3 Karakteristik utama Komponen sistem transportasi	8
2.3.1 Orang Sebagai Objek Yang Dipindahkan.....	10
2.4 Kepuasan Konsumen.....	10
2.5 Kualitas Pelayanan	14
2.6 Pengertian Jasa	14
2.7 Kebutuhan Akan Jasa Transportasi	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19

3.1	Lokasi Penelitian	19
3.2	Survey.....	19
3.3	Metode Pengumpulan Data	21
	3.3.1 Metode Observasi	21
	3.3.2 Metode Kuisisioner	21
	3.3.3 Metode Pengumpulan Sampel	22
3.4	Metode analisa Data	23
	3.4.1 Metode Checklist	23
	3.4.2 Analisis <i>Random Purposive Sampling</i>	23
	3.4.3 Analisis Metode <i>Importance Perfornance Analysis (IPA)</i>	24
3.5	Uji Instrumen Pengumpulan Data	25
	3.5.1 Uji Validitas	25
	3.5.2 Uji Reabilitas	27
3.6	Tahapan Penelitian	28
BAB VI ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	30
4.2	Evaluasi Pelayanan Transportasi Laut Berdasarkan Persepsi Pengguna Jasa	30
	4.2.1 Data Karakteristik Responden	30
	4.2.2 Uji Validitas	35
	4.2.3 Uji Reabilitas.....	37
4.3	Analisa Dan Pembahasan Setiap Atribut.....	38
4.4	Diagram Kartesius	54
BAB V PENUTUP		57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Prosentase Responden Survey Menurut Jenis Kelamin Jumlah Responden	29
Tabel 4.2 prosentase jumlah responden survey menurut usia Tabel prosentase	30
Tabel 4.3 Prosentase Jumlah Responden Survey Menurut Pendidikan	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	32
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Butir Pertanyaan Dimensi Kualitas Pelayanan	33
Tabel 4.6 Tingkat kepentingan Responden Terhadap Dimensi Tangibel	38
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Dimensi Tangibles	39
Tabel 4.8 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Reability	40
Tabel 4.9 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi Realibility	41
Tabel 4.10 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Responsiveness	43
Tabel 4.11 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi Responsiveness	43
Tabel 4.12 Tingkat kepentingan responden terhadap dimensi <i>assurance</i>	44
Tabel 4.13 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	45
Tabel 4.14 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Empahty</i>	46
Tabel 4.15 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Empahty</i>	47
Table 4.16 Perhitungan rata-rata dari penilaian pelaksanaan dan penilaian kepentingan pada atribut-atribut kualitas pelayanan konsumen jasa penerbangan lion air	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka umum moda transportasi menurut tiga kondisiin Geografis	7
Gambar 2.2	Konsep kepuasan Konsumen	11
Gambar 3.1	Lokasi Penelitian	19
Gambar 3.1	Bagan alir penelitian.....	27
Gambar 4.1	Peta Lokasi Penelitian	19
Gambar 4.2	Prosentase Responden Survey Menurut Jenis Kelamin	29
Gambar 4.3	Prosentase Responden Survey Menurut Jenis Usia.....	30
Gambar 4.4	Prosentase Responden Survey pendidikan.....	31
Gambar 4.5	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Gambar 4.6	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Gambar 4.7	Diagram Kartesius dari faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perusahaan penerbangan Lion Air	51
Gambar 4.8	Diagram Penilaian Pelayanan transportasi laut.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Penunjukan Dosen Pembimbing
- Lampiran II Surat Surat Penelitian
- Lampiran III Formulir Kuisisioner
- Lampiran IV Rekapitulasi Jumlah Penumpang Pesawat
- Lampiran V Output Program Spss
- Lampiran VI Lembar Asistensi

ABSTRAK

Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai –maskapai penerbangan tidak terkecuali Lion Air. Lion Air stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan baru Lion Air mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui sisi perfoma pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian antara kepentingan dan kinerja pelayanan jasa maskapai Lion Air dan untuk mengetahui kepuasan penumpang berdasarkan 5 (lima) dimensi yaitu: Reliability, Responsiveness, Tangibles, Empathy, Assurance terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pesawat Lion Air. Sesuai dengan rumus Slovin, penelitian ini dilakukan dengan cara survey untuk memperoleh data, Menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden/ penumpang pesawat Lion Air rute Lombok-Surabaya.

Dan waktu pelaksanaan survey penelitian, pada tanggal 12 February 2019 sampai 21 February 2019 Untuk mengetahui sudah valid dan handal maka dilakukan uji validitas dan realibilitas. Uji validitas dan realibilitas pada skripsi/ tugas akhir ini menggunakan program Mixrosoft Excel 2010 dan program SPSS versi 22 (*Statistik Product and service Solution*).

Pengolahan data selanjutnya yaitu dengan menggunakan metode imortance and perfomance matrix dibahas berdasarkan kuadran masing-masing.diambil dari kesimpulan dijadikan satu analisa hasil 5 (lima) dimensi terhadap kuitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pesawat Lion Air ditinjau dari kesenjangan (GAP) bernilai 0.17 dikatakan pelanggan tidak merasa puas atas pelayanan yang diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang, Validitas, Reliabilitas, *Importance And Perfomance Analysis (IPA)*

ABSTRACT

In the midst of increasingly fierce competition between airlines, many of the efforts have been made by airlines with no exception to Lion Air. Lion Air has remained stable in competing with new airlines. Lion Air seeks, attracts, maintains, and satisfies its customers especially through its service. This study aims to determine and analyze the suitability between the interests and performance of Lion Air airline services and to determine passenger satisfaction based on five dimensions of measure, namely reliability, responsiveness, tangibility, empathy, and assurance of the quality of services provided by Lion Air.

In accordance with the Slovin formula, this research was conducted by means of a survey to obtain data, namely distributing questionnaires to 100 respondents / passengers of Lion Air peawat route Lombok-Surabaya.

The research survey was conducted from 12 to 21 February 2019. The validity and reliability tests were carried out on the data using the Mixrosoft Excel 2010 program and the SPSS version 22 program. Data processing was then carried out using the importance and performance matrix method which is discussed based on each quadrant.

A five-dimensional analysis of the quality of services provided by Lion Air aircraft in terms of a gap of 0.17, which means customers are not satisfied with the service received. The level of conformity and service to consumer ratings is mostly almost 100% and some are more than 100%.

Keywords: service quality, passenger satisfaction, validity, reliability, importance and performance analysis.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia baru, pertumbuhan dibidang perekonomian baik jasa ataupun sektor industri berkembang dengan sangat pesat. Sejarah pesawat Lion Air berdiri pada tanggal 5 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000, dengan melayani rute penerbangan Jakarta menuju Pontianak menggunakan pesawat dengan tipe boeing 737-200 pada saat itu berjumlah 2 unit. Ditengah persaingan antara maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya-upaya maskapai penerbangan tak terkecuali pesawat Lion Air. Sebagai penerbangan baru di Indonesia, Lion air cukup bersaing dengan maskapai penerbangan lainnya.

Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai provinsi baru berusaha untuk mengembangkan wilayahnya dengan banyak menarik investasi, baik di sektor wisata, industri, perdagangan, pertanian dan perikanan. Untuk mendukung program tersebut, sektor transportasi udara mempunyai peranan yang penting sebagai penghubung dan pendukung perpindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat yang lain terutama menuju Provinsi Nusa Tenggara Barat mempunyai bandar udara yang bernama Lombok International Airport.

Dalam melayani rute penerbangan, PT lion Air/ Wings Air juga ikut memberi pelayanan kepada penumpang dan mulai beroperasi di bandar udara Lombok International Airport dengan kelas layanan *No frills* atau yang dikenal dengan *Low Cost carrier* yaitu pesaing perang tiket murah. Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai penerbangan baru di Indonesia.

Penggunaan jasa angkutan udara merupakan pihak yang paling berhak untuk mengevaluasi dan menilai kualitas pelayanan yang mereka terima dari pihak perusahaan angkutan udara. Hal ini tentunya tidak mudah karena masyarakat pengguna jasa perusahaan angkutan udara rute Lombok – Surabaya mempunyai harapan dan penilain (persepsi) yang heterogen, sehingga memerlukan pemahaman dan pemantaun secara terus-menerus.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka perlu dilakukan suatu kajian untuk Mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa angkutan udara terhadap layanan perusahaan angkutan udara PT. Lion Air yang melayani rute Lombok-Surabaya.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan Lion Air perlu penambahan fasilitas-fasilitas untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Tapi keterlambatan memang yang sangat sering terjadi pada layanan di maskapai layanan Lion Air, khususnya yang berkaitan dengan penerbangan. Petugas dari maskapai Lion Air akan memberikan alasan teknis atau alasan keterlambatan pesawat yang datang dari tujuan lain. Namun demikian, karena dominasi dan tujuan lain, menjadikan maskapai Lion Air masih menjadi pilar dalam penerbangan nasional yang memang sangat mengandalkan keberadaan dari pesawat. Selain itu tarif murah yang diterapkan oleh Lion Air juga menjadi daya tarik tersendiri bagi kebanyakan konsumen penerbangan, walaupun dengan resiko jeleknya faktor pelayanan kepada para pengguna jasa penerbangannya.

Menghadapi kondisi persaingan menuntut perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*). Dengan demikian akan meningkat daya beli mempertahankan pelanggan dan memperluas pangsa pasar konsumen. Oleh karena itu perusahaan Lion Air harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan, menemukan bagian mana pelayanan yang membutuhkan peningkatan, mengevaluasi posisi perusahaan saat ini di bandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode "*importance and performance analysis*". Dengan mengukur tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan (*importance*) dan tingkat kinerjanya (*performance*) atas pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi ini adalah *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diketahui bahwa kegiatan pelayanan jasa transportasi salah satunya kebutuhan dan harapan penumpang, oleh karena itu kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi perhatian utama dalam memenangkan perhatian persaingan. Sehingga penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Sejauh mana tingkat kepuasan penumpang/ pelanggan bila ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.
2. Bagaimana tingkat kepuasan penumpang/ pelanggan ditinjau dari kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.

1.3 Tujuan

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut – atribut dimensi kualitas pelayanan menurut pelanggan/ konsumen dengan performa yang telah dilakukan oleh PT. Lion Air. Kinerja yang dianggap baik berarti

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang/ pelanggan bila ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang/ pelanggan ditinjau dari kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas sehingga penelitian dapat terarah dengan baik sesuai dengan tujuan penelitian maka dibuat batasan - batasan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada penumpang Lion Air di Bandara Internasional Lombok.

2. Analisa data menggunakan metode importance performance analysis (IPA) untuk pengambilan sampel.
3. Data pendukung menggunakan data yang di peroleh dari PT. Angkasa Pura I (persero) Nusa Tenggara Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari mata kuliah yang telah diberikan sebelumnya dan dapat mengetahui data yang belum pernah atau tidak didapatkan dalam proses perkuliahan.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan menentukan strategi kualitas pelayanan dan kinerjanya terhadap pelanggan/ penumpang jasa penerbangan

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan informasi dapat digunakan sebagai sarana penyampaian harapan penumpang terhadap kualitas pelayanan jasa yang diharapkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian moda transportasi

Moda berasal dari “modus” yaitu segala sesuatu yang dapat di lihat fisiknya. Untuk transportasi artinya juga demikian tetapi lebih ditekankan pada bagaimana teknik atau cara pindah seseorang atau barang dari titik asal ke titik tujuan. Teknik atau cara pindah itulah yang merupakan moda atas bentuk media transportasi yang melayaninya. Oleh masyarakat bentuk pelayanan media transportasi ini sering disebut moda, segala sesuatu yang dapat dilihat fisiknya akan muncul dalam banyak model seperti halnya berbagai jenis pakaian, bangunan, dan lain – lain. Begitu pula halnya dalam bidang transportasi, banyak terdapat alat transportasi dengan teknik yang berbeda – beda untuk melayani perpindahan orang atau barang dari titik asal ke titik tujuan. Perbedaan teknik ini dapat terjadi karna :

- a. Faktor jarak fisik antara titik asal dengan titik tujuan
- b. Faktor kondisi geografis (daratan, lautan, udara, sungai, pegunungan, dan lain – lain)
- c. Faktor maksud perjalanan (rekreasi, bekerja, sekolah, dan lain – lain)
- d. Faktor objek yang di angkut (orang atau barang)
- e. Faktor status sosial manusia, jenis barang (barang mewah, makanan pokok, dan lain – lain)
- f. Faktor – faktor lain yang tidak terdeteksi

Karna kondisi geografis maka tempat beroprasinya teknologi transportasi dapat dikelompokkan di jalur menjadi jalur gerak buatan, jalur gerak alamiah, dan jalur gerak khusus yang semuanya ini terjadi karena faktor – faktor lain disamping faktor kondisi alam yang sudah di sampaikan di atas.

2.2 Moda transportasi berdasarkan geografis operasi

Dipermukaan bumi ini. Tidak ada wilayah atau negara yang kondisi geografisnya persis sama sehingga media transportasi yang terdapat pada wilayah atau negara itu juga tidak sama. Tidak pernah terdengar ada kereta api bawah tanah di Arab Saudi hal ini disebabkan oleh kondisi geografis tanahnya yang tidak sesuai, jadi bukan ketidakmampuan ekonomi negaranya untuk membangun kereta api bawah tanah tersebut.

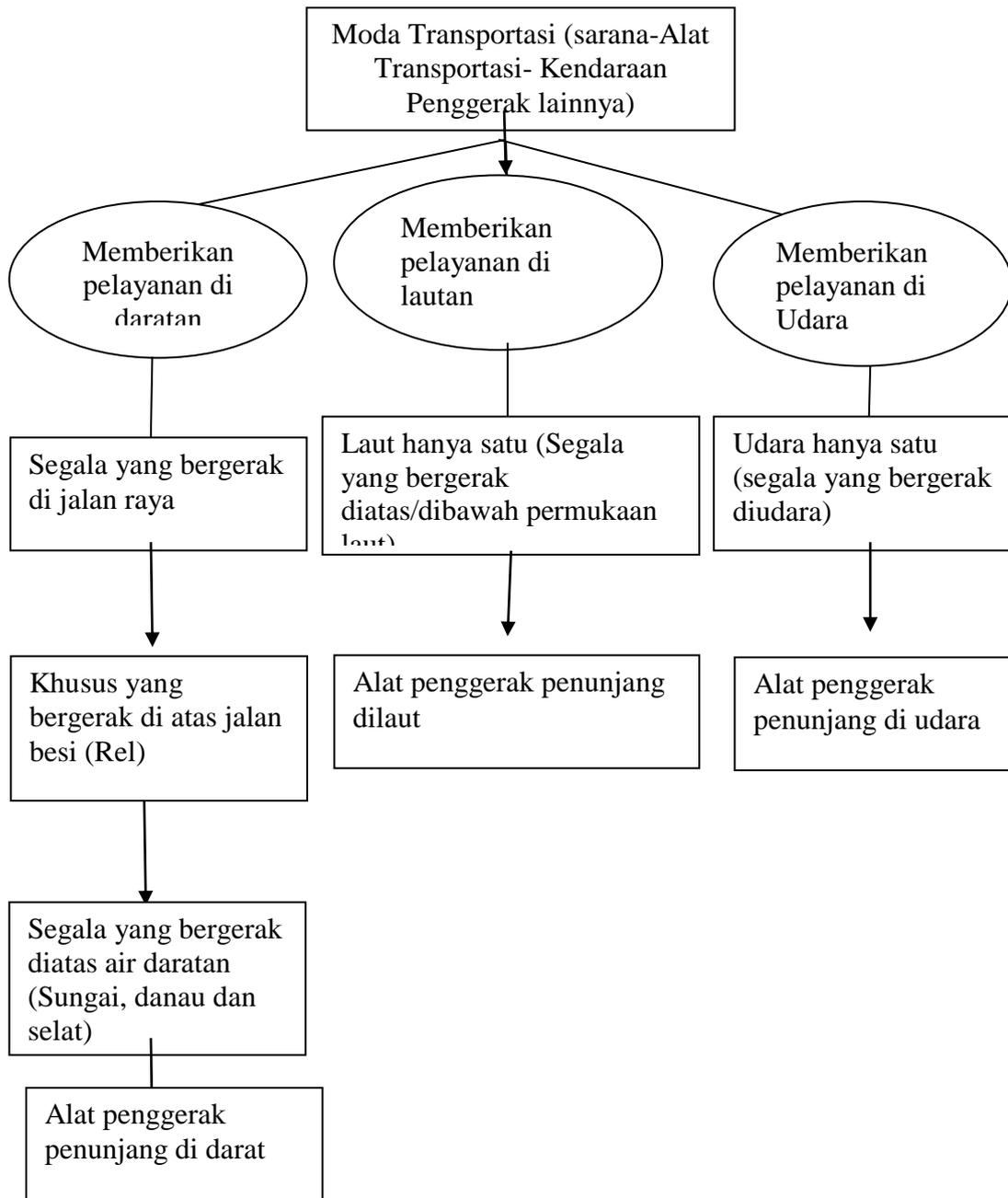
Secara global, permukaan bumi ini terdiri dari tiga macam yaitu :

- a. Daratan seperti pulau, kepulauan, atau benua
- b. Perairan, lautan, dan lautan
- c. Udara atau angkasa

Tidak semua negara memiliki ketiga alam ini secara lengkap. Sebagai contoh Swiss yang terletak di tengah benua Eropa tidak memiliki lautan. Di lain pihak, Indonesia memiliki ketiga timbullah tiga macam bentuk transportasi yaitu :

1. Transportasi darat
2. Transportasi laut, transportasi, danau, dan transportasi penyebrangan yang disebut juga Feri
3. Transportasi udara

Untuk mempermudah melihat ketiga macam bentuk transportasi yang sesuai dengan pembagian tiga bentuk alam geografis ini pembaca dapat memperhatikan kerangka pembagiannya pada gambar 2.1 Dari kerangka tersebut dapatlah diketahui apa bentuk transportasi tertentu secara geografis akan beroperasi dan memberikan pelayanan di sub-sektor mana.



Gambar 2.1 Kerangka umum moda transportasi menurut tiga kondisi

Geografis Sumber : Fidel Miro Pengantar Sistem Transportasi

2.3 Karakteristik utama Komponen sistem transportasi

Tugas sistem transportasi adalah memberikan jasa perpindahan kepada pengguna (orang / barang) yang pindah lokasi dari satu tempat ke tempat yang lain yang di kehendaki pengguna. Sebagai pihak yang menyediakan jasa perpindahan, sistem transportasi dalam melayani pengguna akan tergambar dengan jelas pada format atau kinerja sistem transportasinya. Bentuk layanan atau kinerja seperti apa yang diinginkan oleh pengguna yang akan pindah sebagai pihak yang memakai jasa sistem transportasi. Secara singkat tentu jawabannya adalah sistem transportasi yang memiliki bentuk layanan/kinerja terbaik. Kemudian, bagaimanakah kinerja layanan sistem transportasi terbaik itu. Kinerja layanan sistem transportasi yang terbaik itu adalah bentuk layanan yang sesuai dengan standar mutu pelayanan atau standar mutu produksi dan seimbang dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh pengguna yang pindah itu. Dalam sistem transportasi, standar mutu pelayanan adalah kecepatan, keselamatan, kelancaran, keandalan, ekonomis, dan terjangkau.

Kecepatan dalam sistem transportasi adalah sesuatu yang terkait dengan waktu atau dengan kata lain, seberapa cepat yang bersangkutan sampai di lokasi yang di tuju. Semua pengguna jasa pada umumnya menginginkan waktu yang singkat selama proses pindah (dalam perjalanan). Dalam masalah kecepatan ini banyak faktor yang mempengaruhinya, misalnya jarak fisik antara lokasi asal dengan lokasi tujuan, kondisi teknis prasarana dan sarana, kendala, dan hambatan lainnya.

Keselamatan dalam pengertian pelayanan sistem transportasi di artikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terhindarnya pengguna dari kehilangan (untuk barang), kecelakaan, penodong, perampokan, pembajakan, teror (untuk orang) selama dalam perjalanan. Seluruh pengguna jasa pada umumnya selalu menginginkan keselamatan selama perjalanan sampai ke tujuan.

Keyaman adalah suatu yang terkait dengan rasa selama proses pindah, misalnya tidak kepanasan, ruag yang lega, sejuk (untuk orang), dan

mendapat perlakuan khusus (untuk baran, terutama barang mewah yang bernilai tinggi atau mudah busuk seerti sayuran dan buah – buahan) misalnya dikemas, diproteksi, deisegarkan. Semua pengguna jasa sudah tentu ingin mendapatkan keadaan –keadaan seperti itu selama proses pindah (dalam perjalanan).

Kelancaran berkendara dengan tidak adanya atau jika ada, sekecil mungkin hambatan selama perjalanan berlangsung. Semua pengguna jasa untuk tidak menginginkan hambatan selama proses pindah dan baik yang di timbulkan oleh kondisi sistem transportasi yang tak layak, misalnya kondisi jalan rusak, mobil rusak, lalu lintas macet, atau yang ditimbulkan oleh faktor yang diluar sistem transportasi misalnya bencana alam, hambatan sosial dan politik (misalnya, unjuk rasa), dan lain – lain.

Kendala terkait dengan suatu yang menyangkut kecepatan. Apakah itu waktu keberangkatan, kedatangan atau informasi yang benar dan tepat. Suatu pengguna jasa secara umum sudah tentu menginginkan ketetapan terutama dari segi waktu dan informasi yang benar dan transparan.

Untuk menunjang kendala ini, sekarang pemberi jasa (terutama angkutan barang) yang memberi informasi waktu nyata (real time) kepada pelanggan sehingga memungkinkan pelanggannya untuk mengetahui keberadaan pengirimannya selama dalam perjalanan melalui pelacakan dengan sistem komputer. Dengsn demikian, pengiriman barang dapat memantau sendiri posisi kirimannya setiap saat dari kantorya tanpa perlu bertanya – tanya kepada perusahaan jasa pengirimannya.

Semua pengguna jasa, apakah itu pribadi atau perusahaan pengiriman barang seperti pabrik, industri, sudah tentu ingin menekan pengeluaran menjadi sekecil mungkin selama proses pindah dari tempat asal ke tempat asal ke tempat tujuan karena biaya transportasi sangat sensitif terhadap kondisi perekonomian masyarakat secara makro. Pengalaman telah menunjukkan bahwa di suatu negara di dunia, apalagi negara berkembang seperti indonesia, sedikit saja biaya transportasi naik akan langsung berpengaruh secara nyata terhadap angka inflasi ekonomi makro masyarakat.

2.3.1 Orang Sebagai Objek Yang Dipindahkan

Sebagai objek yang dipindah, orang yang menyatu dengan teknologi atau alat transportasi lain seperti ketika orang penumpang bus, kereta api, kapal atau pesawat terbang, dan seterusnya.

Karakteristik orang sebagai objek yang di pindahkan ini memang sangat subjektif untuk menentukan dan mengidentifikasi karakteristik orang sebagai objek yang dipindahkan secara lengkap dan sempurna. Karakteristik orang (benda bernyawa) sebagai jadi benda yang dipindahkan sangat dipengaruhi oleh hal – hal seperti lingkungan tempat berada ekonomi (tingkat pendapatan), status sosial, lokasi tujuan perjalanan, maksud perjalanan, jarak yang harus ditempuhnya dan faktor – faktor lain misalnya usia, jenis kelamin dan sebagainya. Namun demikian, secara umum orang atau benda sebagai objek yang dipindahkan memiliki karakteristik yang hampir sama, yaitu selama dalam perjalanan ingin mendapatkan pelayanan yang masih sesuai dengan standar mutu yang telah di jelaskan di atas atau berimbang dengan pengorbanan yang telah di keluarkan.

2.4 Kepuasan Konsumen

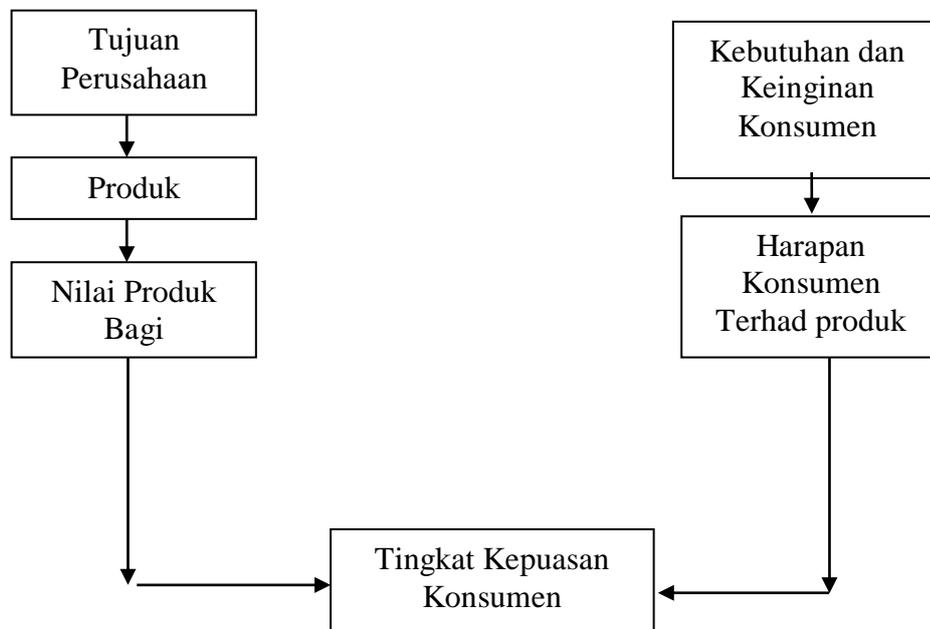
Pada zaman sekarang ini bisnis yang semakin ketat, kepuasan konsumen merupakan hal yang paling utama, pelanggan diibaratkan seperti raja yang harus dilayani namun bukan berti menyerahkan segala – galanya kepada pelanggan, akan tetapi adanya timbal balik antara perusahaan dan pelanggan sehingga tidak adanya yang merasa menang dan tidak ada yang merasa dirugikan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci faktor keberhasilan dalam dalam suatu usaha, perusahaan berlomba – loma memberikan yang terbaik untuk konsumen dari segi produk atau jasa untuk membentuk kepuasan konsumen itu sendiri. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen, dengan terbentuknya kepuasan konsumen perusahaan diharapkan mendapatkan profit sebagai tujuan awalnya.

Pengertian kepuasan konsumen menurut Kolter (2009) Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami

kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Sedangkan menurut supriyanto (2002) Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Kolter dan armstrong (2009) menyatakan harapan konsumen dibentuk dan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan pesain. Secara konseptual, kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :

Konsep Kepuasan Konsumen



Gambar 2.2 Konsep kepuasan Konsumen.

Sumber : Freddy Rangkuti, measuring Customer Satisfaction, 2006 Dalam jurnal Studi manajemen Dan Organisasi) Volume 3, nmor 1, 2006.

Konsumen memulai aktifitas dalam interaksi pasar berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa, dan kebutuhan ini mendorong produsen yaitu perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa tersebut. Sejalan dengan munculnya kebutuhan dan keinginan, maka dalam diri pelanggan juga muncul harapan – harapan mengenai barang dan jasa yang nantinya akan dia terima dari produsen. Tujuan perusahaan adalah

memberi kepuasan pada konsumen melalui produk yang ditawarkan, produk yang memiliki nilai lebih akan memberikan kepuasan lebih juga bagi konsumen. Nilai produk dapat dipenuhi melalui peningkatan kegunaan produk. Hal inilah yang menjadi dasar bagi suatu produsen atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen akan barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan konsumen.

Prilaku konsumen yang mempunyai perbedaan dalam mengkonsumsi produk ataupun jasa, perusahaan selalu mencoba berbagai hal agar konsumennya tidak pergi. Konsumen tidak akan pergi apabila perusahaan dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen butuhkan. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen tidak pergi. Menurut Tjiptono (2007) ada beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu :

a. Strategi pemasaran berupa relation marketing

Strategi pemasaran berupa relation marketing merupakan suatu strategi dimana suatu transaksi pertukaran antara penjual dan pembeli berkelanjutan, tidak berhenti atau berakhir setelah penjualan selesai.

Dengan kata lain perusahaan menjalin hubungan kemitraan dengan konsumen secara terus menerus sehingga mampu menciptakan loyalitas konsumen.

b. Strategi superior customer product

Strategi superior customer product merupakan suatu bentuk strategi pemasaran dengan menawarkan suatu produk yang lebih baik dari pada produk pesaing. Untuk menciptakan strategi superior customer product sangat diperlukan biaya yang besar, sumber daya manusia yang tinggi dan yang gigih. Biasanya produk yang dihasilkan dari strategi ini memiliki harga yang relative tinggi dan memiliki kualitas yang lebih baik.

c. Strategi extra ordinary guarantee

Strategi extra ordinary guarantee dianjurkan sebagai komitmen untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Pada saatnya nanti akan terjadinya sumber yang dinamis sebagai penyempurnaan mutu

produk atau jasa dan kinerja bagi perusahaan. Garansi atau jaminan yang dirancang untuk mengurangi resiko atau kerugian bagi konsumen sebelum dan sesudah pembelian atas suatu barang.

d. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Strategi penanganan keluhan yang efisien dilakukan dengan dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan konsumen merasah yang menyebabkan konsumen merasa tidak puas dan mengeluh. Ada empat aspek penanganan keluhan yaitu :

1) Empati terhadap konsumen yang marah

Hal yang dilakukan adalah dengan meminta maaf pada konsumen sebagai rasa ungkap penyelesaian.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Apabila ada keluhan dari konsumen sebaiknya keluhan tersebut segera ditanggapi, maka dengan begitu konsumen akan merasa diperhatikan.

3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan

Penanganan suatu permasalahan atau sebuah kasus, perusahaan hendaknya memberikan suatu solusi yang mampu membuat kedua belah pihak (perusahaan dan konsumen) merasa diuntungkan.

4) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Perusahaan harus mampu memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam perhubungan dengan perusahaan. Di mana kemudahan – kemudahan tersebut dapat berupa kemudahan dalam penyampain keluhan ataupun penyampaian saran bagi perusahaan dari para konsumen.

2.5 Kualita pelayanan

Kualitas merupakan sebuah suatu faktor penting yang diberikan perusahaan untuk para konsumennya, Menurut Mowen (2002) unsur yang paling penting unsur yang paling penting dalam suatu produk atau jasa adalah kualitas yang tinggi yang dikendalikan oleh konsumen, karena itu perusahaan harus menilai perepsi konsumen atau kualitas.

Sedangkan definisi pelayanan menurut Suprtono (1997) pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih

dapat dirasakan daripada dimiliki, serta konsumen lebih dapat beratisfikasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Kualitas pelayanan adalah suatu instrumen dan strategi yang diberikan perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan, umumnya konsumen yang mengkonsumsi produk atau jasa, kualitas pelayanan tersebut memuaskan konsumen akan timbul merasa keinginan yang mereka harapkan tercapai sehingga muncul perasaan puas akan produk atau jasa tersebut. Kolter (2009) mengatakan bahwa kualitas jasa ataupun pelayanan harus dimulai kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

2.6 Pengertian jasa

Menurut Lupiyoadi (2006), jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan) atau pemecahan yang dihadapi konsumen.

Sedangkan menurut Kolter (2009), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Dari definisi di atas, bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang dihasilkan oleh pihak lain untuk diberikan ke pihak lain, sehingga adanya interaksi antara keduanya atau lebih, secara fisik jasa yang ditawarkan bersifat tidak berwujud hanya konsumen yang mengkonsumsi jasa tersebut yang bisa merasakannya.

Jasa mempunyai karakteristik yang membedakan antara produk dan jasa, menurut Kolter dan Armstrong (2008), perusahaan harus memperimbangkan empat karakteristik jasa tertentu ketika merancang program pemasaran, antara lain :

a. Tidak berwujud jasa (*intangibility*)

Jasa tidak bisa dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau dibau sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidak pastian, pembelian mencari kualitas dari tempat, orang, harga, peralatan, dan komunikasi yang dapat mereka lihat. Oleh karena itu, tugas penyediaan jasa adalah membuat jasa dapat berwujud dalam satu berbagai cara.

b. Ketidak pastian jasa (*inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, apakah penyedia tersebut adalah orang atau mesin. Bila karyawan jasa menyediakan jasa, maka karyawan tersebut merupakan bagian dari jasa karena pelanggan turut hadir saat jasa tersebut diproduksi sebagai co-produsen, interaksi penyediaan jasa pelanggan adalah sifat khusus dari pemasaran jasa. Baik penyediaan maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil jasa.

c. Keragaman jasa (*Service Variability*)

Kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa, waktu, tempat, dan bagaimana cara mereka mereka disediakan. Menurut Tjiptono (2007) ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu :

- 1) Kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa
- 2) Motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- 3) Beban kerja perusahaan

d. Tidak tahan lamanya jasa (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang. Tidak tahan lamanya jasa bukanlah masalah apabila permintaan selalu ada, tetapi ketika permintaan berfluktuasi, perusahaan sering mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa sering kali merancang strategi agar lebih baik lagi menyesuaikan permintaan dengan penawaran. Sedangkan menurut Griffin (2005) menyebutkan karakteristik jasa, yaitu :

a. *Intangibility* (tidak terwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal itu adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, rasa aman.

b. *Unstorability* (daya simpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini sebut juga tidak dapat (*inseparability*) dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama.

c. *Costumization* (Kustimisasi)

Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

2.7 Kebutuhan Akan Jasa Transportasi

Hal paling mendasar yang perlu di pahami betul sebelum membahas tentang kebutuhan akan jasa transportasi adalah bahwa transportasi harus dipandang bukan sebagai suatu tujuan akhir, tapi lebih merupakansarana atau media perantara untuk memudahkan mencapai tujuan akhir tersebut. Sebagai contoh kita pergi ke toko untuk membeli pakaian, makanan, dan barang – barang kebutuhan hidup lainnya, kita pergi ke kantor untuk bekerja demi mendapatkan penghasilan kebutuhan hidup, kita pergi kesekolah menuntut ilmu, kita pergi berekreasi untuk penyegaran, dan untuk keperluan lain ditempat tujuan yang berpisah jauh dari tempat kita berpisah jauh dari tempat kita berada. Permintaan transportasi muncul sebagai akibat adanya kebutuhan tersebut diatas. Oleh karenanya, permintaan/kebutuhan akan jasa transportasi tersebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) mengingat hakikatnya yang unik ini

Kebutuhan transportasi, pada awalnya timbul dari interaksi antara kegiatan sosial dan ekonomi dalam suatu ruang dan wilayah. Kebutuhan ini dapat juga bermanifestasi dalam bentuk besarnya arus pergerakan (lalu lintas) manusia dan barang dalam ruang dan wilayah tersebut, seperti arus kendaraan penumpang (di jalan raya), arus kereta api (di rel), arus pesawat terbang (di angkasa), dan seterusnya (kanafani, 1983) kebutuhan perjalanan perlu dibahas ini merupakan dasar yang penting dalam melakukan perencanaan transportasi jangka panjang dan mendesain fasilitasnya (Morlok, 451, 1988).

Sebagian besar teori tentang permintaan jasa transportasi diturunkan dari teori ekonomi seperti teori permintaan barang dan jasa, teori tentang pilihan konsumen, dari teori perilaku konsumen. Dengan kata lain, teori – teori permintaan dalam ilmu ekonomi mikro harus di implementasikan ke bidang transportasi sedemikian rupa sehingga mudah di analisis. Menurut teori permintaan dalam ekonomi mikro, permintaan suatu barang dan jasa di tentukan oleh variabel – variabel yang mempengaruhinya. Demikian pula untuk teori pilihan konsumen dan perilaku konsumen pemakai jasa transportasi juga di pengaruhi oleh variabel – variabel atau faktor – faktor tertentu. Karena sifatnya sebagai permintaan turunan, maka faktor – faktor penentuan permintaan akan jasa transportasi, tentu akan memiliki karakteristik yang tersedia pula.

Secara ringkas, ada dua aspek dimana faktor – faktor yang mungkin mempengaruhi permintaan akan jasa transportasi dapat di tinjau :

a. Aspek Pemakai Jasa

Dari aspek ini, faktornya ialah penduduk, urbanisasi, jumlah pekerja, pendapatan, bentuk – bentuk kegiatan pengguna jasa, kondisi tata guna lahan (termasuk luas lantai gedung tempat berkegiatan), dan lain sebagainya.

b. Sistem Transportasi Yang Melayani

Dari aspek ini, faktor – faktor yang mempengaruhinya antara lain ialah biaya transportasi, kondisi fisik alat transportasi, rute tempuh atau trayek, kenyamanan, keamanan dalam kendaraan, kecepatan (waktu)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah langkah langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini memerlukan data data berupa data sekunder. Langkah langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data data yang dibutuhkan dalam penelitian yang terdiri dari jumlah armada pesawat, jumlah kapasitas penumpang rata-rata, jadwal penerbangan.
2. Pengambilan data data yang dibutuhkan yaitu dengan cara mengumpulkan data data sekunder dari instansi terkait.
3. Mengumpulkan data data kepuasan pengguna jasa dengan membagikan kuisisioner kepada penumpang
4. Pengolahan data dengan melakukan pengelompokan data untuk memeriksa kelengkapan data.
5. Menganalisa data data yang diperoleh. Analisa yang dilakukan meliputi :
 - data karakteristik penumpang , jumlah pesawat, jumlah kapasitas penumpang rata rata, jadwal penerbagan pesawat, dan data kepuasan pengguna jasa.

3.1. Lokasi Penelitian

karnakan lokasi penelitian memiliki aspek penting yang menentukan di mana fokus penelitian di lakukan, di mana lokasi penelitian ini di lakukan di wilayah LIA (Lombok Internasional Airport)



Gambar 3.1. Lokasi penelitian
(Sumber : Google Eart)

3.2. Survey

Dalam melaksanakan survey, hal-hal yang perlu di perhatikan untuk kelencaran survey adalah :

1. Kebutuhan peralatan

Alat-alat yang dibutuhkan dalam survey ini meliputi :

- a. Alat tulis
- b. Formulir atau kuisioner

2. Waktu survey

Waktu pelaksanaan survey dari penelitian ini adalah setiap hari selama 14 hari di mulai dari tanggal 12 February 2019 sampai 21 february 2019.

3. Pelaksanaan survey

Adapun cara melakukan survey adalah dengan metode sampel acak yang berciri bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan sama untuk menjadi anggota sampel. Dimana aplikasinya yatu dengan memberikan kuisioner kepada penumpang atau pengunjung terminal untuk diisi dan dikembalikan selesai pengisian dan memenuhi ketentuan target populasi sampel.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara

3.3.1. Metode Observasi

metode observasi yaitu metode yang dilakukan dengan cara survey secara langsung di lapangan. Metode survey ada dua macam, yaitu :

A. pengumpulan data sekunder

Dalam pengambilan data pendukung atau data sekunder dilakukan kerjasama dengan instansi-instansi terkait. Adapun data sekunder yang dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini adalah Data data yang diperoleh dari Kementerian Perhubungan, antara lain:

- 1) Data jumlah pesawat Lion Air
- 2) Data jumlah penumpang rata rata .
- 3) Data jadwal keberangkatan pesawat

B. pengumpulan data primer

Data primer di peroleh dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini di bagikan oleh surveyor kepada penumpang maupun pengunjung konsumen yang pernah memakai penerbangan pesawat Lion Air untuk di isi dan di kembalikan setelah diisi. Tujuan ini memberikan gambaran secara umum terhadap tingkat pelayanan pelayaran di kedua pelabuhan.

3.3.2. Metode kuesioner (*questionnaires methods*)

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Metode kuisisioner digunakan untuk memperoleh data primer dari konsumen yang datang ke terminal penumpang. Dasar pertanyaan telah disusun untuk mendapatkan informasi yang diperlukan tentang dimensi serta atribut jasa yang akan diolah. Penyusunan kuisisioner berdasarkan metode *service quality*, kuisisioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang dibagi dalam beberapa bagian, yaitu:

1. Pertanyaan yang mengenai identifikasi persepsi pelayanan, pertanyaan ini mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang berisi

pertanyaan-pertanyaan yang mewakili kelima variabel dalam kualitas pelayanan penilaian dilakukan oleh responden dengan menggunakan skala Likert sampai 5 untuk setiap pertanyaan.

2. Pertanyaan yang mengukur tingkat kepentingan dari setiap variabel. Responden memberikan nilai sesuai dengan tingkat kepentingan setiap variabel sehingga didapatkan jumlah nilai keseluruhan dari masing-masing variabel.

3.3.3. Metode pengumpulan sampel

Metode pengambilan sampel adalah mendapatkan sampel dengan jumlah relative kecil di bandingkan dengan jumlah populasi tetapi mampu mempresentasikan seluruh populasi tersebut. Untuk itu sangat penting menentukan cara yang tepat untuk menarik sampel yang dimaksud agar benar-benar mampu mempresentasikan seluruh kondisi seluruh populasi.

Rumus perhitungan jumlah sampel yang digunakan adalah rumus slovin,yaitu

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \dots\dots\dots(\text{pers 3.1})$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di toleransi. Konstanta (0.1 atau 100%)

berdasarkan rumus di atas dapat di peroleh sampel :

$$n = \frac{1400}{1 + 1400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1400}{15}$$

= 93,33 pembulatan menjadi 100 responden.

Jadi berdasarkan rumus di atas dalam penelitian ini di tetapkan sampel sebanyak 100 responden.

3.4. Metode Analisa Data

3.4.1. Metode *checklist*

Daftar cek adalah daftar yang berisi pernyataan mengenai sesuatu yang sedang diamati. Data-data yang diperoleh dari daftar cek digunakan sebagai pertimbangan untuk menilai keadaan.

checklist merupakan suatu laporan berbentuk daftar pertanyaan yang ditujukan kepada keadaan seseorang, suatu prosedur, atau objek lainnya. Daftar itu digunakan dalam observasi atau penilaian untuk mencatat beberapa kali kejadian itu muncul atau tidak muncul. Catatan itu dilakukan dengan membubuhi tanda cek (X) di tempat yang sudah disediakan.

3.4.2. Analisis *Random Purposive Sampling*

Analisis *Random Purposive Sampling* atau yang disebut sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan di dasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

Klasifikasi penentuan responden yaitu pengguna jasa penerbangan pesawat Lion Air khususnya orang dewasa yaitu laki-laki dan perempuan dengan usia ≤ 20 tahun, 21-30 tahun, 31-50 tahun, dan 50 tahun keatas dengan tingkat pendidikan yang berbeda-beda.

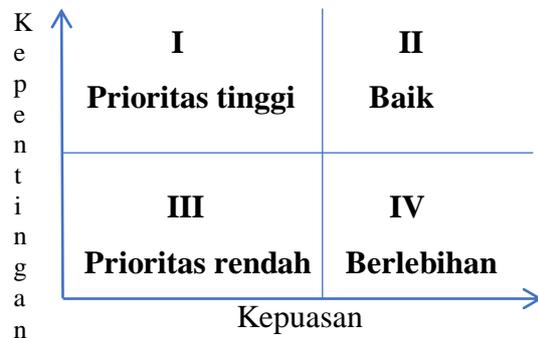
3.4.3. Analisis Metode *Importance Perfurance Analysis (IPA)*

Dalam metode ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan atau tingkat kinerja. Tingkat kepentingan dinilai dengan skala likert yang terdiri dari 5 nilai yaitu dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting. Begitu juga dengan tingkat kinerja, yaitu terdiri dari sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

Data yang didapat diuji dahulu dengan uji validitas dan reliabilitas. uji validitas adalah mengukur tingkat kesahan dan keandalan alat ukur yang digunakan sedangkan uji realibilitas adalah untuk mengetahui adanya konsistensi dalam menggunakan alat ukur.

Selanjutnya data yang didapat dari responden akan menghasilkan nilai rerata, nilai rerata untuk kinerja dan nilai rerata untuk kepentingan yang akan di analisis menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius ini akan dibagi oleh

garis yang merupakan rerata dari nilai rata-rata dan garis yang merupakan nilai rerata dari rata-rata menjadi empat bagian yaitu



Gambar 3.1 diagram kartesius

Keterangan:

A. Kuadran I Prioritas tinggi

Menunjukkan unsur jasa yang dianggap penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen namun perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan harapan konsumen sehingga menimbulkan kekecewaan/ rasa tidak puas.

B. Kuadran II baik

Menunjukkan unsur jasa pokok yang keberhasilannya telah di laksanakan dengan baik dan wajib di pertahankan Dianggap sangat penting dan memuaskan.

C. Kuadran III Prioritas Rendah

Menunjukkan faktor atau unsur yang tidak penting, sehingga perusahaan melaksanakannya secara berlebihan. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D. Kuadran IV Prioritas Berlebihan

Menunjukkan unsur jasa sangat tidak penting, akan tetapi perusahaan melaksanakannya secara berlebihan. Dianggap sangat tidak penting tapi sangat memuaskan.

3.5 Uji Instrumen Pengumpulan Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus di buang atau diganti karena dianggap tidak relevan, pengujiannya secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer *SPSS* (Umar. Husein, 2013:386). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dapat menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut valid dalam mengukur variabel yang diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

1. jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Rumus yang digunakan dalam Uji Validitas Data adalah sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{n(Xi y) - (\sum Xi \sum Y)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (pers 3.3)$$

Dimana :

T_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah sampel

X_i : Jawaban responden

Y : Total jawaban responden

Dengan menggunakan alat bantu program *Microsoft excel* 2013 dan program *SPSS* versi 15 (*Statistic Product and Service Solutions*)

Jika anda mengumpulkan data yang berasal dari responden, misalnya dengan menggunakan skala Likert, hal pertama yang harus anda lakukan adalah menguji validitas dan reliabilitas data kuesioner tersebut. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sampai sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari

gambaran tentang variabel yang diteliti. Dalam survey uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan total skor. Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*, dimana instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasinya $(r) > r$ tabel.

- Input data asli dari kuesioner anda ke dalam worksheet SPSS, jangan lupa sertakan totalnya di bagian paling akhir.
- Kemudian pilih variabel view dan beri nama label masing-masing kolom.
- Pilih *Analyze – Correlate – bivariate*.
- Setelah itu akan muncul kotak dialog *bivariate correlation*, kemudian blok semua variabel beserta total dan pindahkan ke kolom variabel, lalu kemudian pada *correlation coefficient* pilih *pearson*, kemudian *test of significant* pilih *2-tailed – .OK*.
- Setelah itu akan muncul *output*.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Azwar (2001) mengatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

- Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel (Triton, 2005)

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *alpha Cronbach* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunnally, dalam Ghozali, 2006). Jadi nilai koefisien *alpha* $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2006). Rumus uji realibilitas data adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{2xrb}{1+rb} \dots\dots\dots \text{(pers 3.4)}$$

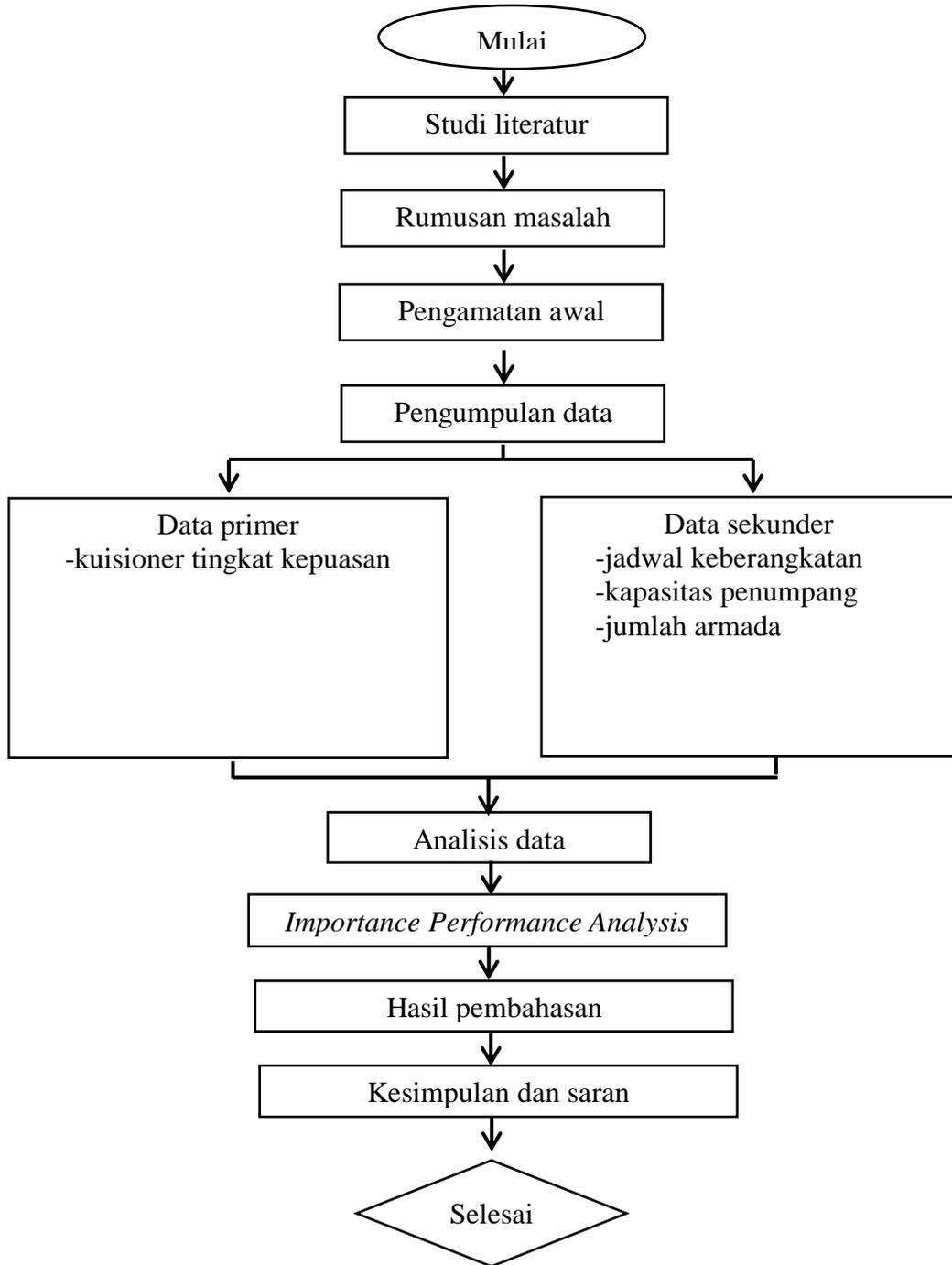
keterangan :

r11 : nilai reabilitas

rb : nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (cukup baik), diatas 0,8 (baik).

3.6 Tahapan Penelitian



Gambar 3.2. Bagan Alir Penelitian