

**SKRIPSI**

**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PESAWAT LION AIR RUTE  
LOMBOK – YOGYAKARTA**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Studi  
Pada Program Studi Rekayasa Sipil Jenjang Strata I  
Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**



**DISUSUN OLEH:**

**ANDI JUNIANTO NURDIN**

**NIM :417110007**

**PROGRAM STUDI REKAYASA SIPIL  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
TAHUN 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PESAWAT LION AIR RUTE  
LOMBOK – YOGYAKARTA**

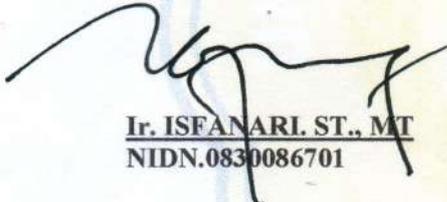
**Disusun Oleh:**

**ANDI JUNIANTO NURDIN**

**NIM :417110007**

**Mataram, 09 Februari 2022**

**Pembimbing I,**

  
**Ir. ISFANARI ST., MT**  
**NIDN.0830086701**

**Pembimbing II,**

  
**TITIK WAHYUNINGSIH. ST., MT**  
**NIDN.0819097401**

**Mengetahui,**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS TEKNIK**



**Dr. Eng. M. ISLAMY RUSYDA, ST., MT**  
**NIDN. 0824017501**

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**

**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PESAWAT LION AIR RUTE  
LOMBOK – YOGYAKARTA**

Yang Diperiksa dan Disusun Oleh:

NAMA : ANDI JUNIANTO NURDIN

NIM : 417110007

Telah dipertahankan didepan tim penguji

Pada tanggal: 10 Februari 2022

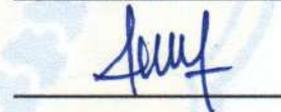
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**Susunan Tim Penguji**

1. Penguji I : Ir. ISFANARI. ST., MT



2. Penguji II : TITIK WAHYUNINGSIH. ST., MT



3. Penguji III : ANWAR EFENDY. ST., MT

**Mengetahui,**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS TEKNIK**

**Dekan,**



**Dr. Eng. M. ISLAMY RUSYDA. ST., MT**  
**NIDN. 0824017501**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi dengan judul “ *Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Pesawat Lion Air Rute Lombok – Yogyakarta* ” adalah benar merupakan karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulisan lain dengan cara yang tidak sesuai tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat atau disebut plagiatisme.
2. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tugas akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah ditulis dalam sumbernya secara jelas dan disebut dalam daftar pustaka.

Atas pernyataan ini, apabila ditemukan ternyata adanya sebuah kesalahan dan ketidakbenarnya, maka saya siap dan bersedia menanggung akibat dari sanksi yang diberikan kepada saya dan saya siap dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Mataram, 10 Februari 2022

Pembuat pernyataan



**ANDI JUNIANTO NURDIN**  
417110007



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANDI JUNIANTO NURDIN  
NIM : 41710007  
Tempat/Tgl Lahir : DILE. 27 JUNI 1997  
Program Studi : REKAYASA SIPIL  
Fakultas : TEKNIK  
No. Hp : 081 338 986 199  
Email : andi.juniantonuridin69@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

ANALISA TINGKAT KEPUAMAN PENGGUNA PESAWAT  
LION AIR RUTE LOMBOK - YOGYAKARTA

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 38%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 22 Februari .....2022  
Penulis

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

  
AC505AJX660511812  
ANDI JUNIANTO NURDIN  
NIM.41710007

  
Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANDI JUNIANTO NURDIN  
NIM : 417110007  
Tempat/Tgl Lahir : DELI, 27 JUNE 1997  
Program Studi : REKAYASA SIPIL  
Fakultas : TEKNIK  
No. Hp/Email : 085 338 986 489  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PESAWAT  
LEON AIR RUTE LOMBOK - YOGYAKARTA.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 22 februari 2022  
Penulis

Mengetahui,  
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



ANDI JUNIANTO NURDIN  
NIM. 417110007



Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

## MOTTO

“Angin tidak berhenbus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, terutama untuk :

➤ Kedua orang tua

Terimakasih bapak dan ibuku tercinta, Bapak Nurdin Usman, dan Ibu Aysah Adam. Yang tidak pernah lelah memanjatkan do'a dan memberikan dukungan kepada penulis.

➤ Dosen Pembimbing Skripsi

Bapak Ir. Isfanari, ST., MT. dan Bunda Titik Wahyuningsih, ST., MT. yang telah memberikan pengarahan dan selalu meluangkan waktunya untuk menerima bimbingan.

➤ Dosen Pembimbing Akademik

Bunda Agustini Ernawati, ST., M. Tech yang telah memberikan pengarahan dan memantau perkembangan terkait perkuliahan dalam setiap semester.

➤ Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu saya baik secara moril maupun materi.

➤ Terimakasih untuk Fakultas Teknik tercinta dan kampusku tersayang Universitas Muhammadiyah mataram.

## PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang maha esa atas anugerah rahmat dan karunia yang diberikan kepada penyusun sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “*Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Pesawat Lion Air Rute Lombok – Yogyakarta*” sebagai syarat untuk meraih gelar akademik Sarjana Teknik pada Program Studi Rekayasa Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penyusun menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik dari materi dan moral, oleh sebab itu penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Arsyad Abd. Ghani, M.pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Dr. Eng. M. Islamy Rusyda, ST., MT. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Agustini Ernawati, ST., M.Tech. Selaku Ketua Program Studi Rekayasa Sipil, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Ir. Isfanari, ST., MT. Selaku dosen pembimbing I.
5. Titik Wahyuningsih, ST., MT. Selaku dosen pembimbing II.
6. Semua pihak yang telah ikut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penyusun menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan orang yang membacanya.

Mataram, 10 Februari 2022

Penulis

## ABSTRAK

Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang di lakukan maskapai-maskapai penerbangan tidak terkecuali maskapai Lion Air. Lion Air stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan baru lainnya. Lion Air mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui sisi performa kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai.

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 pihak maskapai Lion Air. Sesuai dengan rumus Slovin dimana sampel terdiri dari 100 responden/penumpang pesawat Lion Air rute Lombok-Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance performance Analysis (IPA)*. Jawaban responden dianalisis menggunakan program *Microsoft Excel 2010* dan program *SPSS versi 22 (Statistik Product and service Solution)*.

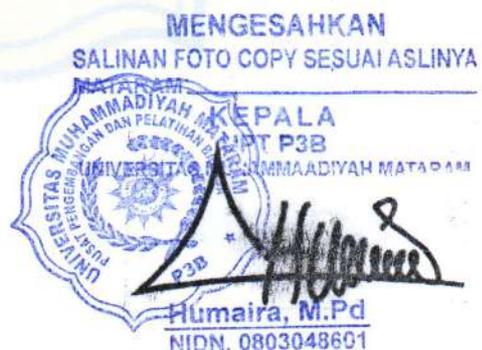
Berdasarkan hasil analisis nilai rata-rata tingkat kepuasan sebesar 3,67 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan penumpang atau pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan maskapai Lion Air dianggap puas berdasarkan 5 (lima) dimensi terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil yang ditinjau dari kesenjangan (GAP) nilai rata-rata sebesar -0,24 dengan kesesuaian rata-rata sebesar 93,96% artinya tingkat kualitas pelayanan maskapai Lion Air dapat memenuhi harapan penumpang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang, *Importance And Performance Analysis (IPA)*

## ABSTRACT

Many efforts to carry out airlines are no exception for Lion Air airlines during the harder airline competition. In comparison to other new carriers, Lion Air is stable. Lion Air seeks out, attracts, and maintains consumers to satisfy their needs, particularly on the performance side of airline service quality. This study aims to determine and analyze the compatibility between the interests and performance of Lion Air airline services and determine passenger satisfaction based on 5 (five) dimensions: reliability, responsiveness, tangibles, euphy, and assurance of the Lion Air airline's service quality. The sample for the Slovin formula is 100 respondents/passengers on the Lion Air flight from Lombok to Yogyakarta. Importance Performance Analysis was the method employed in this investigation (IPA). The respondents' responses were evaluated using Microsoft Excel 2010 and SPSS version 1.17. (Product and Service Solution Statistics). The degree of passenger satisfaction or service users of the quality of the Slakapaai Lion Air was regarded pleased by 5 (five) dimensions of service quality, according to the analysis results of the average value of satisfaction levels of 3.67. Based on the gap (GAP) analysis results, Lion Air Airlines' level of service quality can match passenger expectations, with an average value of -0.24 and average appropriateness of 93.96 percent.

**Keywords:** Service Quality, Passenger Satisfaction, Importance and Performance Analysis (IPA)



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>COVER .....</b>   | <b>.i</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>                              | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>                   | <b>iv</b>   |
| <b>SURAT PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>                       | <b>v</b>    |
| <b>SURAT PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>       | <b>vi</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>   | <b>vii</b>  |
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>                                       | <b>viii</b> |
| <b>PRAKATA.....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>x</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>  | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                       | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 4           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 4           |
| 1.4 Batasan Masalah .....  | 5           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....   | 5           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                                    | <b>6</b>    |
| 2.1 Tinjauan Pustaka .....   | 6           |
| 2.1.1 Penelitian Terdahulu.....                                      | 6           |
| 2.2 Landasan Teori .....   | 10          |
| 2.2.1 Transportasi .....   | 10          |
| 2.2.2 Peranan dan fungsi sektor transportasi dalam pembangunan ..... | 10          |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.2.3                                      | Jaringan transportasi.....                                | 10        |
| 2.2.4                                      | Pengertian pemasaran.....                                 | 11        |
| 2.2.5                                      | Konsep pemasaran.....                                     | 12        |
| 2.2.6                                      | Pengertian jasa .....                                     | 12        |
| 2.2.7                                      | Kepuasan pelanggan.....                                   | 13        |
| 2.2.8                                      | Manfaat kepuasan pelanggan.....                           | 15        |
| 2.2.9                                      | Pengukuran kepuasan pelanggan .....                       | 16        |
| 2.2.10                                     | Indikator kepuasan pelanggan.....                         | 17        |
| 2.2.11                                     | Definisi layanan .....                                    | 18        |
| 2.2.12                                     | Karakteristik layanan.....                                | 18        |
| 2.2.13                                     | Definisi kualitas .....                                   | 19        |
| 2.2.14                                     | Definisi kualitas layanan .....                           | 20        |
| 2.2.15                                     | Dimensi kualitas layanan ( <i>Service quality</i> ) ..... | 20        |
| 2.2.16                                     | Analisa kesenjangan ( <i>SERQUAL</i> ).....               | 21        |
| 2.2.17                                     | Pengertian <i>microsoft excel</i> .....                   | 24        |
| 2.2.18                                     | Kerangka pemikiran .....                                  | 24        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> |   | <b>25</b> |
| 3.1  | Umum .....  | 25        |
| 3.2  | Lokasi dan Waktu Penelitian.....                          | 25        |
| 3.3  | Studi Literatur.....                                      | 26        |
| 3.4  | Sumber Data.....  | 26        |
| 3.4.1                                      | Data sekunder .....                                       | 26        |
| 3.4.2                                      | Data primer .....   | 26        |
| 3.5  | Kegiatan Survei .....                                     | 26        |
| 3.5.1                                      | Metode survei.....  | 26        |
| 3.5.2                                      | Peralatan survei .....                                    | 27        |
| 3.5.3                                      | Waktu pelaksanaan survei .....                            | 27        |
| 3.5.4                                      | Pelaksanaan survei .....                                  | 27        |
| 3.6  | Metode Pengumpulan Data .....                             | 27        |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.5.1   | Metode observasi .....   | 27        |
| 3.5.2   | Metode kuisisioner ( <i>Questionnaires Methods</i> ) .....                       | 27        |
| 3.5.3   | Metode pengumpulan sampel .....  | 28        |
| 3.7   | Uji Instrumen Pengumpulan Data .....   | 28        |
| 3.7.1   | Uji <i>Validitas</i> .....   | 28        |
| 3.7.2   | Uji <i>reliabilitas</i> .....  | 30        |
| 3.8   | Metode Analisa Data .....  | 31        |
| 3.9   | Tahapan Penelitian .....   | 36        |
| <b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....</b> |  | <b>38</b> |
| 4.1   | Gambaran Umum Lokasi Penelitiann.....  | 38        |
| 4.2   | Analisis Uji Kuisisioner .....   | 38        |
| 4.3   | Analisis Karakteristik Responden .....   | 39        |
| 4.3.1   | Responden survey menurut identitas.....  | 39        |
| 4.3.2   | Responden survey menurut usia .....  | 40        |
| 4.3.3   | Responden survey menurut pekerjaan.....  | 41        |
| 4.3.4   | Responden survey menurut pengguna jasa.....                                      | 42        |
| 4.4   | Uji Instrumen Data .....   | 43        |
| 4.4.1   | Uji <i>validitas</i> data .....  | 43        |
| 4.4.2   | Uji <i>reliabilitas</i> data.....  | 45        |
| 4.5   | Analisa Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i><br>(IPA) ..... | 45        |
| 4.3.1   | Menghitung nilai rata-rata atribut .....   | 53        |
| 4.3.2   | Menentukan tingkat kesesuaian .....  | 56        |
| 4.3.3   | Analisa kuadran diagram cartesuis.....   | 59        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                      |  | <b>62</b> |
| 5.1   | Kesimpulan .....   | 62        |
| 5.2   | Saran .....  | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     |  | <b>63</b> |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Penelitian terdahulu.....   | 6  |
| Tabel 3.1  | Bobot penilaian.....  | 32 |
| Tabel 4.1  | Presentase responden survey jenis identitas.....                              | 39 |
| Tabel 4.2  | Presentase responden survey menurut usia.....                                 | 40 |
| Tabel 4.3  | Presentase responden survey menurut pekerjaan.....                            | 41 |
| Tabel 4.4  | Presentase responden survey menurut pengguna jasa.....                        | 42 |
| Tabel 4.5  | Hasil pengujian <i>validitas</i> .....  | 44 |
| Tabel 4.6  | Hasil pengujian <i>reliabilitasi</i> .....                                    | 45 |
| Tabel 4.7  | Rekapitulasi tingkat kepuasan responden terhadap maskapai<br>Lion Air.....    | 47 |
| Tabel 4.8  | Rekapitulasi tingkat kepentingan responden terhadap maskapai<br>Lion Air..... | 50 |
| Tabel 4.9  | Nilai rata-rata tiap atribut.....   | 54 |
| Tabel 4.10 | Tingkat kesesuaian.....   | 57 |

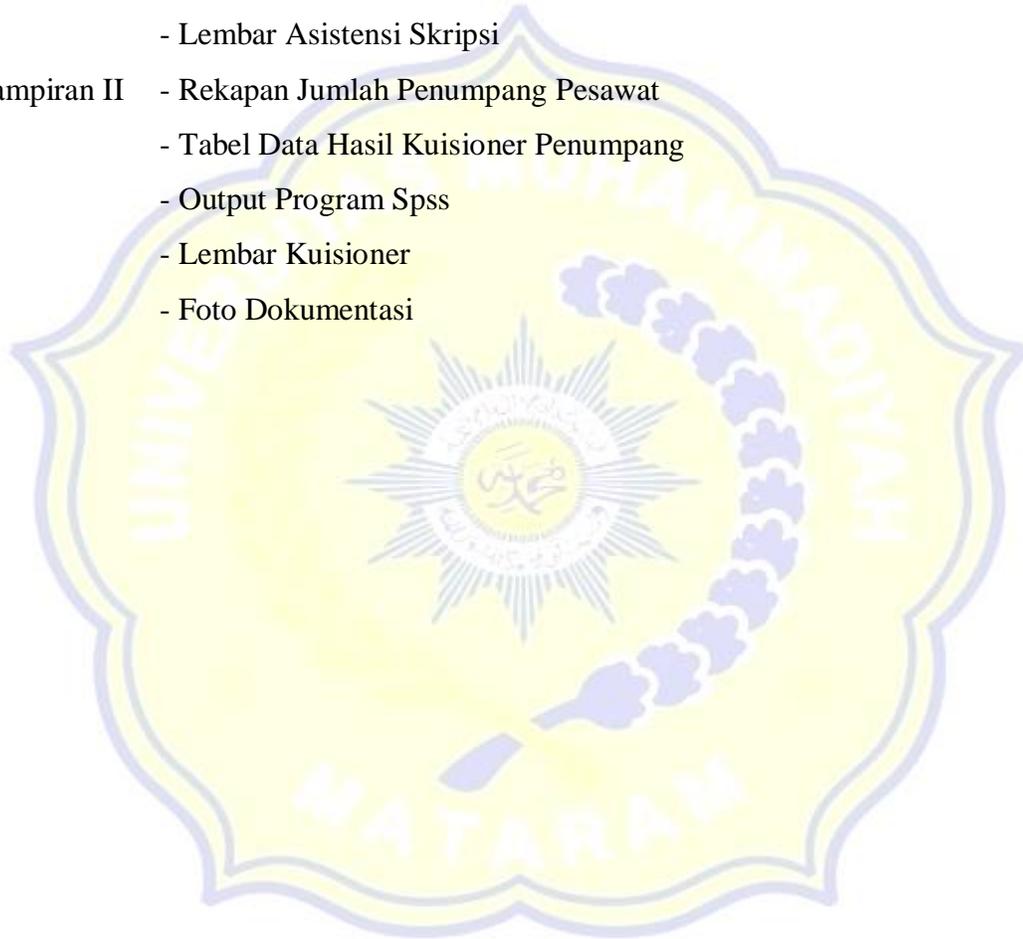
## DAFTAR GAMBAR

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Konsep kepuasan konsumen.....                     | 14 |
| Gambar 2.2 | Analisa lima kesenjangan.....                     | 23 |
| Gambar 3.1 | Lokasi penelitian.....                            | 25 |
| Gambar 3.2 | Diagram analisis kuadran.....                     | 35 |
| Gambar 3.3 | Bagan alir kegiatan penelitian.....               | 37 |
| Gambar 4.1 | Lokasi penelitian.....                            | 38 |
| Gambar 4.2 | Persentase responden menurut jenis identitas..... | 40 |
| Gambar 4.3 | Persentase responden menurut usia.....            | 41 |
| Gambar 4.4 | Persentase responden menurut pekerjaan.....       | 42 |
| Gambar 4.5 | Persentase responden menurut pengguna jasa.....   | 43 |
| Gambar 4.6 | Diagram cartesius.....                            | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I
- Surat Penunjukan Dosen Pembimbing
  - Surat Permohonan Ijin Penelitian
  - Surat Permohonan Data
  - Surat Konfirmasi Ijin Penelitian
  - Lembar Asistensi Skripsi

- Lampiran II
- Rekapitulasi Jumlah Penumpang Pesawat
  - Tabel Data Hasil Kuisisioner Penumpang
  - Output Program Spss
  - Lembar Kuisisioner
  - Foto Dokumentasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia terletak di Asia Tenggara. Melihat hal ini, transportasi udara telah menjadi salah satu metode transportasi utama di negara ini untuk memudahkan individu untuk bergerak mulai dari satu tempat kemudian ke tempat berikutnya lebih cepat dan lebih tenang tanpa menghabiskan banyak energi. Penyedia jasa melihat celah yang mungkin bisa diuntungkan dari tingginya minat terbuka pada jasa transportasi udara. Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai daerah yang berusaha untuk mengembangkan daerahnya dengan banyak mengundang spekulasi, baik di bidang industri perjalanan, industri, dan perikanan. Untuk membantu program ini, kawasan transportasi udara berperan penting sebagai penghubung dan sekutu bagi perkembangan traveller dan produk mulai dari satu tempat kemudian ke tempat berikutnya. Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki bandar udara bernama Bandara *Internasional* Lombok. Bandar udara ini terletak di Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah dengan ukuran *runway* 3.300 x 64 m.

Sejarah Pesawat Lion Air diluncurkan pada tanggal 5 November 1999 dan mulai bekerja secara menarik pada tanggal 30 Juni 2000, dengan melayani jalur penerbangan Jakarta-Pontianak menggunakan pesawat Boeing 737-200 berjumlah 2 unit. Di tengah persaingan yang semakin sengit antar maskapai, upaya banyak maskapai tidak terkecuali pesawat Lion Air. Penyedia jasa penerbangan memiliki dua klasifikasi layanan yang diberikan, yaitu bantuan penuh dan pengangkut biaya minimal. Ide bantuan penuh adalah penerbangan yang berfokus pada bantuan penuh untuk kenyamanan ke tempat yang aman, layanan penggunaan berkualitas, pengalihan, barang-barang berlimpah, dan

layanan lain yang tidak dapat diakses di pesawat dengan konsep transporter biaya minimal. Secara keseluruhan, bantuan penuh memiliki banyak layanan tambahan yang lebih dihargai dari layanan utama yang diiklankan. Di tengah persaingan antar pesawat yang semakin sengit, berbagai upaya telah dilakukan oleh maskapai-maskapai baru di Indonesia. Pengguna jasa angkutan udara adalah pihak yang pada umumnya memenuhi syarat untuk menilai dan mensurvei sifat administrasi yang mereka peroleh dari pihak angkutan udara. Tentu saja ini tidak cukup karena individu yang menggunakan jasa transportasi udara di jalur Lombok-Yogyakarta memiliki asumsi dan penilaian (kebijaksanaan) yang heterogen, sehingga membutuhkan kesepakatan dan pengamatan yang tiada henti.

Untuk pelayanan maskapai penerbangan rute Lombok-Yogyakarta, Lion Air Group memiliki berbagai macam bentuk pelayanan untuk rute Lombok-Yogyakarta yaitu Lion Air Group terus meningkatkan kualitas pelayanan maskapai penerbangannya untuk melayani calon penumpang dengan berbagai macam bentuk pelayanan yaitu peningkatan jam terbang yang semakin padat. Untuk rute penerbangan Lombok-Yogyakarta, Lion Air sendiri memiliki jadwal penerbangan setiap hari dengan berbagai macam kemudahan untuk menggunakan pelayanan maskapai penerbangannya. Salah satu bentuk kemudahan menggunakan jasa penerbangan Lion Air untuk rute Lombok-Yogyakarta yaitu cara pembelian tiket pesawat yang mudah. Salah satunya pembelian tiket pesawat itu dapat dilakukan melalui aplikasi khusus dengan menggunakan ponsel pintar, sehingga dengan pemanfaatan kecanggihan teknologi setidaknya para calon penumpang Rute Lombok-Yogyakarta telah menghemat waktu, dan pembelian tiket elektronik dapat dicetak sendiri oleh calon penumpang. Disamping itu berhubung saat sekarang ini masih berada dalam suasana *new normal* maka Lion Air juga menawarkan kemudahan dalam melakukan check-in. kemudahan pelayanan check-in oleh Lion Air Group dapat dilakukan para penumpang tanpa harus mengantri di dalam ruangan

bandara. Salah satu upaya pencegahan penyebaran virus Corona maka Lion Air memberikan pelayanan cekk-in melalui *website* beberapa jam sebelum jam keberangkatan sebagai bentuk pencegahan terjadinya perkumpulan. Penerbangan ini harus memenuhi beberapa syarat penerbangan, salah satunya penerapan protokol kesehatan bagi penumpang (mengenakan masker sesuai norma penerbangan, menjaga jarak, dan mencuci tangan), meningkatkan rencana jarak aman antara penumpang (*physical distancing*) di kabin pesawat selama perjalanan penerbangan, pejabat layanan darat (*Ground handling*) dan layanan lain untuk tim penerbangan Lion Air. Harus mengikuti protokol kesehatan lainnya yakni pengecekan suhu badan, mencuci tangan, membersihkan tangan dengan pembersih tangan, menggunakan sarung tangan dan memakai masker, harus memiliki hasil tes PCR negatif atau *rapid test* selambat-lambatnya 3x24 jam sebelum penerbangan. Untuk para pengguna maskapai, dan untuk Jemaah umroh harus menjalani karentina.

Lion Air *Group* juga menawarkan kemudahan dalam melakukan *rapid test* untuk berbagai rute termasuk rute penerbangan Lombok-Yogyakarta yaitu dengan penambahan dua pelayanan kesehatan. Dengan demikian, pulau Lombok kini memiliki tiga fasilitas *rapid test* tambahan dari Lion Air *Group*, dengan penawaran harga *rapid test* yang lebih Murah. Di samping itu Lion Air *Group* juga menawarkan bagasi prabayar untuk rute Lombok-Yogyakarta dengan harga yang lebih terjangkau setidaknya pemesanan ini dilakukan enam jam sebelum keberangkatan, Lion Air juga memiliki perlindungan yang luas dan paket pelayanan Asuransi perjalanan yang bisa didapatkan oleh para penumpang persembahan dari Asuransi Sinar Mas Net. Para penumpang Lion Air juga dapat melakukan pemesanan Kursi dalam pesawat dan juga pemesanan makan berbayar untuk penumpang meskipun dalam suasana terbang sehingga para penumpang tidak merasakan kelaparan dalam penerbangan, sehingga kepuasan penumpang dapat terjamin. Selain itu Lion Air *Group* juga memberikan kebijakan untuk para penumpang untuk merubah rute penerbangan

dan pengembalian biaya tiket dengan berbagai ketentuan yang berlaku.

Untuk mewujudkan loyalitas konsumen, perusahaan Lion Air perlu menambah fasilitas untuk menawarkan layanan terbaik. Meski demikian, penundaan merupakan hal yang sangat wajar dalam layanan di pesawat Lion Air, terutama yang berhubungan dengan penerbangan. Pejabat dari maskapai Lion Air akan memberikan alasan atau motivasi khusus untuk keterlambatan kedatangan pesawat dari berbagai keberatan. Namun karena keunggulan dan targetnya yang berbeda, Lion Air masih menjadi tumpuan *avionik publik* yang sangat bergantung pada keberadaan pesawat.

Berdasarkan penjelasan di atas, penting untuk dilakukan suatu analisa tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air. maka dilakukan sebuah penelitian dengan judul ‘**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PESAWAT LION AIR RUTE LOMBOK-YOGYAKARTA** ‘

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas dapat di ketahui bahwa kegiatan pelayanan dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air rute Lombok - Yogyakarta bila ditinjau dari kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air rute Lombok - Yogyakarta bila ditinjau dari kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Motivasi mendasar di balik penelitian ini adalah untuk memutuskan dan merinci sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan kualitas pelayanan yang ditunjukkan oleh pelanggan atau konsumen yang dilakukan oleh PT. Lion Air.

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air rute Lombok-Yogyakarta bila di tinjau dari kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air rute Lombok-Yogyakarta bila ditinjau dari kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Untuk menghindari ruang lingkup yang paling luas sehingga meneliti dapat sangat terkoordinasi sesuai dengan target pemeriksaan, pembatasan berikut dibuat:

1. Peneliti diarahkan pada pengguna pesawat Lion Air di BIL.
2. Pengujian informasi digunakan teknik IPA (*Importance Performace Analysis*) untuk pengujian.
3. Informasi pendukung memanfaatkan informasi yang didapat dari PT. Angkasa Pura I (Persero) Nusa Tenggara Barat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti  
Siap menerapkan informasi yang diperoleh dari pelajaran yang telah di berikan dan dapat menemukan informasi yang belum pernah didapatkan.
2. Bagi perusahaan  
Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan metodologi kualitas administrasi untuk pelanggan.
3. Bagi pihak berbeda  
Efek samping dari studi ini dapat bermanfaat sebagai data tambahan yang dapat digunakan untuk meneruskan ke kualitas layanan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Penelitian terdahulu

Berdasarkan hasil survei kepustakaan yang sudah dilakukan sebelumnya yang menyangkut “Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Pesawat Lion Air Rute Lombok-Yogyakarta”, peneliti menemukan skripsi atau jurnal yang berkaitan dengan judul peneliti, adapun pertimbangan peneliti sebelumnya dengan judul peneliti, yaitu pada tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama                        | Judul   | Metode yang digunakan                                  | Hasil penelitian   |
|----|-----------------------------|---|--|--|
| 1  | Estie Kusuma Wardhani, 2006 | Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta | - Metode <i>Importance performance Analysis</i> (IPA). | Untuk kuadran I konsumen belum puas dengan kinerja Garuda Indonesia. Kuadran II sudah sesuai dengan harapan konsumen konsumen mersa puas. Kuadran III dinilai kurang penting oleh konsumen namun konsumen merasa |

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
|   |   |  |  | Cukup merasa puas dengan kinerja Garuda Indonesial.  |
| 2 | Selviana Windyastari, Miftahul Huda, Titin S Rini, 2019 | Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Penumpang Pesawat Terbang Dibandara Syamsudin Noor Banjarmasin  | - Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i><br>- Metode <i>Importance performance Analysis (IPA)</i> . | Hasil dari metode CSI menunjukkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 59,8%. Nilai secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas terhadap kinerja pelayanan dibandara Syamsudin Noor Banjarmasin |
| 3 | Ni nyoman Sri Astuti, I Gede Sumanjaya, 2014            | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Penerbangan terhadap Singapore Airlines Dibandara | - Metode Regenerasi berganda   | Dari hasil yang didapatkan bahwa ada pengaruh nilai signifikan dari uji F yaitu 0,000 yang lebih kecil dari 5% mengindikasikan bahwa variabel bebas yaitu                                      |

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
|   |  | Internasional<br>Gruhrai Bali   |  | <i>Tangible, assurance, reliability, empathy, dan responsiveness</i> berpengaruh terhadap <i>Satisfaction</i> pengguna jasa penerbangan Singapore Airlines   |
| 4 | Hendy Tannady, Billy Andrea, Filcha Nurprihatin, Mirna Lusiani, 2017 | Analisa Kualitas Jasa Pada Maskapai Penerbangan Rute Domestik Tarif Menengah Kebawah Dengan Menggunakan Metode <i>Serqual</i> dan Metode <i>Importance and Performance Analysis</i> | - Metode <i>Serqual</i><br>- Metode <i>Importance and Performance Analysis</i> | Dari penelitian adalah dari 22 atribut pelayanan pada setiap maskapai penerbangan terdapat 2 atribut Lion Air dan % atribut citilink yang menjadi prioritas perbaikan karena memiliki pengaruh besar bagi kepuasan pelanggan dan tergolong dalam |

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

|   |                                       |  |  | Kategori <i>improved</i> dalam IPA  |
|---|---------------------------------------|--|--|---|
| 5 | Ezra<br>Laurentia<br>Widjaja,<br>2017 | Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang maskapai penerbangan Batik Air | - Metode <i>Service Quality</i><br>- Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i><br>- Metode Regenerasi berganda | Veriabel <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i> mempengaruhi secara drastis terhadap kepuasan pengguna maskapai penerbangan Batik Air, dan variabel <i>assurance</i> adalah paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna maskapai penerbangan Batik Air |

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Transpotasi**

Transportasi dapat diterjemahkan sebagai kegiatan yang dilakukan pengangkutan atau pemindahan muatan (yang antara lain barang dan manusia) dari satu tempat ketempat yang lain, dari tempat asal (*origin*) ketempat tujuan (*destination*). Untuk menyelenggarakan kegiatan transportasi dibutuhkan unsur-unsur dasar terdiri dari: kendaraan, jalan, terminal/pelabuhan laut/bandar udara, tersedianya muatan (Adisasmita, 2011:1).

### **2.2.2 Peran dan fungsi sektor transportasi**

Transportasi adalah suatu kegiatan yang menciptakan atau menambah gunaan (*utility*). Guna yang diciptakan oleh kegiatan transportasi adalah guna tempat (*place utility*) dan guna waktu (*time utility*). Pentingnya perananan transportasi yang sudah memberikan maanfaat sosial, ekonomi dan politik, yang harus dilihat juga secara lebih meluas mengenai kontribusi atau menyumbang terhadap pembangunan, yang ditunjukkan oleh kegunaan transportasi dalam pembangunan:

- a. Fungsi sebagai sektor penunjang terhadap pengembangan kegiatan sektor-sektor lain (pertanian, perindustrian, perdagangan, pendidikan, kesehatan, pariwisata dan lainnya)
- b. Fungsi sebagai pendorong, yaitu memberikan dorongan kepada penyelenggara transportasi untuk mengasosiasikan daerah-daerah yang terpisah atau jauh dengan membuat daerah-daerah di luar domainnya, sehingga terjalin komunikasi antara kedua daerah tersebut, yang dengan demikian akan mendukung pembangunan moneter yang sinergis.

### **2.2.3 Jaringan transportasi**

#### **1. Transportasi udara**

Rute pelayanan transportasi udara ialah sekumpulan jaringan penerbangan

antara lain melayani kegiatan transportasi udara dengan waktu dan frekuensi yang sudah ditentukan. Berdasarkan kawasan pelayanannya, jalur penerbangan dibagi menjadi jalur penerbangan dalam negeri dan jalur penerbangan luar negeri. Jalur penerbangan terdiri atas jalur penerbangan utama, pengumpan dan perintis.

- a. Jalur utama yaitu jalur yang menghubungkan antara bandara udara pusat penyebrangan
- b. Jalur pengumpan yaitu jalur yang menghubungkan antara bandara udara pusat penyebrangan dengan bandar udara yang bukan pusat penyebrangan
- c. Jalur perintis yaitu jalur yang menghubungkan bandar udara bukan pusat penyebrangan dengan bandar udara bukan pusat penyebrangan yang berlokasi pada kawasan terisolasi

Dari fungsinya ruang lalu lintas udara dapat dikelompokan:

- a. *Controlled airspace* yaitu ruang udara yang ditandai di mana pilot diberikan pedoman positif dari pengatur lalu lintas udara
- b. *Uncontrolled airspace* yaitu ruang lalu lintas udara di mana hanya data lalu lintas penting yang diberikan

Ruang lalu lintas udara diatur dengan menggunakan aturan jarak terpendek untuk mendapatkan biaya terendah sambil tetap fokus pada sudut kesejahteraan penerbangan.

#### **2.2.4 Pengertian pemasaran**

Pemasaran adalah elemen penting dalam siklus yang dimulai dan diakhiri dengan kebutuhan pembelanja. Siklus akan berakhir ketika pembeli senang dengan tanggung jawab untuk suatu jasa. Siklus ini akan terjadi berulang-ulang atau terus-menerus. Kegiatan pasaran harus memiliki pilihan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan asumsi mereka membutuhkan berbagai hal untuk diperhatikan terus-menerus atau pembeli

memiliki perspektif yang baik tentang perusahaan. Menurut Philip Kotler (1997) pemasaran adalah siklus sosial dan *administratif* di mana orang dan perkumpulan mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui membuat, menawarkan, dan memperdagangkan hasil yang bernilai signifikan dengan orang lain. Pemasaran adalah gerakan bisnis yang mengoordinasikan kemajuan tenaga kerja dan produk dari pembuat ke pembeli atau konsumen (Basu Swasta, 1984).

Menurut William J. Stanton (Basu Swasta, 1984) pemasaran yaitu pengaturan umum dari latihan bisnis yang ditujukan untuk mengatur, memutuskan biaya, memajukan dan mengirimkan tenaga kerja dan produk yang dapat memenuhi kebutuhan untuk pembelian yang ada dan yang diharapkan. Di mana pemasaran bukanlah metode dasar untuk meningkatkan tujuan latihan transaksi (karena transaksi hanyalah bagian dari sistem pemasaran), tetapi pemasaran juga dilakukan saat kegiatan berjualan.

### **2.2.5 Konsep pemasaran**

Konsep Pemasaran Philip Kotler, (1997) berpendapat bahwa pemasaran ialah tindakan dan kebutuhan melalui interaksi perdagangan. Sedangkan menurut Swasta dan Irawan, (2001) konsep pemasaran ialah alasan bisnis yang menyatakan bahwa kebutuhan pembelanja yang fantastis adalah kondisi keuangan dan sosial untuk ketahanan organisasi. Menurut Basu Swastha, (1984) pemasaran yaitu salah satunya untuk memenuhi kebutuhan perdagangan. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa hampir setiap orang, baik secara langsung maupun tidak langsung, berhubungan dengan promosi, hal ini karena keduanya memiliki kebutuhan dan kebutuhan yang ideal.

### **2.2.6 Pengertian jasa**

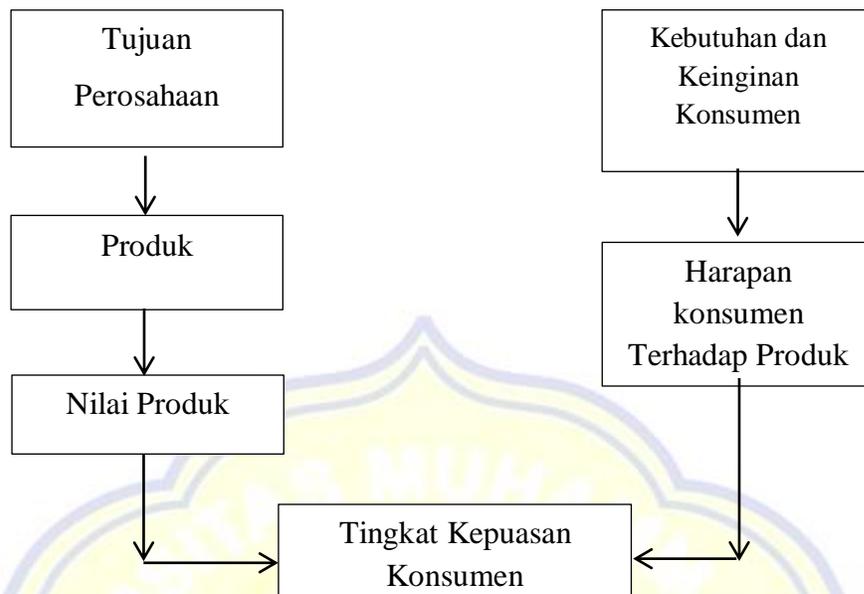
Setiap tindakan atau keuntungan yang disajikan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya bersifat teoritis, dan tidak menimbulkan tanggung

jawab (Kotler, 1994). Berdasarkan definisi di atas, dapat dianggap bahwa jasa atau pelayanan adalah presentasi teoritis dan menghilang dengan cepat, tetapi tidak dirasakan dari pada dimiliki, di mana konsumen lebih siap untuk berpartisipasi secara efektif selama waktu yang dihabiskan menggunakan layanan ini. Meskipun demikian, keadaan cepat atau lambatnya perkembangan jasa sangat bergantung pada penilaian klien terhadap presentasi atau penampilan yang disajikan oleh pembuatnya.

### **2.2.7 Kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang muncul di antara harapan dan layanan yang didapat, tingkat kepuasan adalah elemen batas pembeda antara eksekusi kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah asumsi, konsumen akan kecewa, dengan harapan presentasi sesuai dengan asumsi, konsumen akan terpenuhi, meskipun jika kinerja melampaui asumsi, konsumen akan sangat terpenuhi. (J. Supranto, 1997).

Dalam menentukan loyalitas konsumen, ada lima faktor fundamental yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2001) adalah : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.

Sumber: Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, 2006  
(Dalam jurnal studi manajemen dan organisasi) Vol 3, nomor 1, 2006

1. Kualitas produk

Konsumen akan terpenuhi dengan asumsi hasil penilaian mereka menunjukkan bahwa item yang mereka gunakan sangat baik. Pembeli umum umumnya meminta barang-barang berkualitas untuk setiap penebusan dosa yang dilakukan untuk mendapatkan barang-barang tersebut. Untuk situasi ini, kualitas barang yang bagus akan menawarkan manfaat tambahan dalam kepribadian pembeli.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan khususnya di bidang jasa, konsumen akan merasa tercukupi dengan asumsi mendapat bantuan besar yang pasti adalah hal yang wajar. Konsumen yang terpenuhi akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli barang serupa sekali lagi. Konsumen yang terpenuhi umumnya akan memberikan pandangan tentang item organisasi.

3. Emosional

Konsumen akan merasa senang dan mendapatkan kepastian bahwa orang lain akan terperangah dengan asumsi mereka menggunakan barang dengan merek tertentu yang seringkali memiliki tingkat pemenuhan yang lebih tinggi. Kepuasan yang didapat bukan karena sifat dari barang tersebut tetapi nilai sosial atau kepercayaan yang membuat konsumen senang dengan merek tertentu.

4. Harga

Barang-barang yang memiliki kualitas yang sama namun menetapkan biaya yang cukup rendah akan menawarkan manfaat yang lebih tinggi kepada konsumen mereka.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan barang atau jasa, seringkali akan senang dengan barang atau jasa tersebut.

### **2.2.8 Manfaat kepuasan pelanggan**

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa loyalitas atau kepuasan konsumen sangat penting untuk penyedia jasa, yaitu:

1. Reaksi produsen biaya rendah

Loyalitas konsumen adalah pekerjaan untuk menahan konsumen untuk menghadapi pembuat yang menangani biaya rendah. Di mana banyak perusahaan mengamati cara konsumen akan membayar lebih untuk mendapatkan bantuan dan kualitas yang hebat.

2. Daya persuasif *word of mouth*

Penilaian atau anggapan dari keluarga atau teman jauh lebih kuat daripada iklan.

3. Reduksi sensitifitas harga.

Konsumen yang terpenuhi dan setia dari suatu perusahaan akan lebih sering daripada tidak menangani secara teratur untuk setiap pembelian individu. Sebagian besar waktu, konsumen mengalihkan konsentrasi dari biaya ke pelayanan dan kualitas.

4. Kepuasan konsumen sebagai tanda pencapaian bisnis masa depan loyalitas konsumen adalah sistem yang berlarut-larut, karena menghabiskan sebagian besar hari sebelumnya, hal itu dapat membingkai kedudukan untuk bantuan yang luar biasa. Namun, hasilnya akan dipanen dalam jangka panjang dan keuntungannya bisa bertahan lama.

5. Manfaat ekonomi menahan konsumen dari pada menarik konsumen baru Mempertahankan dan memenuhi konsumen saat ini jauh lebih murah dari pada terus-menerus mencoba menarik atau prospek konsumen baru.

### **2.2.9 Pengukuran kepuasan pelanggan**

Kotler & Keller (2006, p. 138) mengenali tiga teknik untuk memperkirakan loyalitas konsumen, ialah:

1. *Periode Survey*

Sebagian besar ujian dapat memanfaatkan strategi belajar baik melalui pos, telepon, email, atau pertemuan langsung.

2. *Customer loss rate*

Perusahaan dapat menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau telah berubah ke perusahaan lain. Dipercaya bahwa dengan memperoleh data tentang alasan acara ini, akan sangat berharga bagi organisasi/perusahaan untuk mengambil pendekatan lebih lanjut untuk memperluas loyalitas dan keteguhan konsumen.

3. *Mystery shoppers*

Salah satu cara untuk mendapatkan gambaran loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan beberapa pelanggan rahasia untuk menjadi

pelanggan yang diharapkan untuk jasa dan pesaing perusahaan. Mereka akan menutupi kualitas dan kekurangan jasa organisasi/perusahaan dibandingkan dengan pesaing dalam hal pengalaman mereka.

### **2.2.10 Indikator kepuasan konsumen**

Khuong & Uyen (2014) mengatakan bahwa ada empat tanda loyalitas konsumen, lebih spesifiknya:

1. *Perceived Service Quality*/Kualitas layanan

Perjumpaan dan tampilan eksekusi asli secara langsung memengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas bantuan umum yang diberikan. Kesimpulan atau evaluasi konsumen terus-menerus berfluktuasi, bertentangan, dan perlahan-lahan dibentuk melalui pertemuan yang diperoleh konsumen dari organisasi yang menawarkan jenis bantuan.

2. *Employee Service Factors*/Faktor kerja karyawan

Faktor kerja perwakilan dalam bisnis penerbangan diisolasi menjadi dua bidang: perwakilan lapangan dan tim penginapan. Komponen ini memainkan peran penting dalam menciptakan loyalitas konsumen, karena staf bergaul secara langsung atau berimplikasi dengan wisatawan.

3. *Image of Airlines*/Gambaran maskapai

Untuk pelancong yang bepergian melalui udara, mengingat nama merek pesawat, pelancong dapat memilih maskapai yang ingin mereka gunakan. Melalui merek, pesawat secara tidak langsung memberikan data kepada wisatawan tentang kualitas umum mereka.

4. *Time liness*/Ketepatan waktu

Ke Kecepatan dan idealitas bantuan adalah yang paling persuasif pada sifat bantuan yang sebenarnya dan lebih jauh lagi untuk loyalitas konsumen.

### **2.2.11 Definisi layanan**

Seperti yang ditunjukkan oleh Lovelock dan Wright (2002), "*Service is an act or performance offered by one party or another*". Secara menyeluruh, layanan adalah perbuatan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan yang disajikan mulai dari satu pihak kemudian ke pihak berikutnya. Layanan juga dicirikan sebagai gerakan moneter yang membuat harga diri dan memberikan keuntungan kepada konsumen pada pengaturan umum tertentu.

Pengertian layanan juga diungkapkan oleh Kotler (2006, hlm. 372) layanan ialah setiap kegiatan atau perbuatan yang diberikan oleh satu pihak (organisasi) kepada pihak lain (klien), yang pada dasarnya tidak material, dan tidak menimbulkan tanggung jawab. Kehadiran layanan mungkin bisa bersamaan dengan item yang sebenarnya.

### **2.2.12 Karakteristik layanan**

Ada empat kualitas dasar yang membedakan layanan dari barang dagangan (barang asli). Menurut Kotler dan Keller (2006, hlm. 375-377), empat atribut layanan yang direncanakan adalah: "*intangibility, inseparability, variability, and perishability*", dimana keempat karakteristik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

*Intangibility* atau tidak berwujud, artinya tidak boleh terlihat, dicicipi, dihubungi, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Hal-hal yang terkait dengan teori adalah layanan yang tidak dapat disingkirkan, tidak dapat dilindungi oleh lisensi, perusahaan hanya dapat dengan upaya yang signifikan dan segera menunjukkan atau memberikan bantuan, biaya sulit ditentukan.

2. *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan)

*Inseparability* maksudnya Koneksi menyiratkan manfaat yang disampaikan atau dibuat dan dirasakan secara bersamaan dan tidak dapat dipisahkan.

Kolaborasi antara perusahaan dan konsumen adalah elemen luar biasa dari promosi layanan. Jalan menuju pencapaian bisnis bantuan benar-benar memfokuskan investasi yang adil dan jujur atau penyertaan konsumen dalam siklus bantuan dan selanjutnya mendukung kantor, dan memilih area yang tepat, karena dekat dan tersedia secara efektif untuk konsumen.

3. *Variability* (Bervariasi)

*Variability* maksudnya Ketidak kekalannya menyiratkan bahwa bantuan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan hasil yang tidak dinormalisasi, artinya, ada banyak variasi dalam struktur, kualitas, dan jenis, bergantung pada siapa, kapan, dan di mana bantuan dikaitkan dengan atribut *variability*, yang tidak dapat disangkal menantang untuk menormalkan dan mengontrol kualitas layanan.

4. *Perishability* (Tidak tahan lama)

*Perishability* menyiratkan bahwa layanan adalah barang yang tidak kuat dan tidak dapat disingkirkan. Artinya, jika bantuan tidak digunakan, maka bantuan tersebut akan lewat begitu saja. Dalam kasus-kasus tertentu, layanan dapat disimpan, terutama sebagai reservasi (reservasi pesawat atau penginapan), peningkatan minat untuk bantuan ketika permintaan rendah, misalnya liburan akhir minggu di penginapan tertentu.

### 2.2.13 Definisi kualitas

Menurut Joewono (2003, p. 24) kualitas adalah nilai yang diperoleh pembeli dari perusahaan, yang diperkirakan berdasarkan kemampuan perusahaan untuk mengatasi masalah pembeli dan membantu menangani masalah pelanggan. Dalam pandangan Goetsch dan Davis, 1994 dalam (Tjiptono, 2008, hlm. 152) kualitas dapat dibentuk sebagai "keadaan dinamis yang berkaitan dengan item, jasa, sumber daya manusia, proses, dan iklim yang memenuhi atau melampaui harapan". Artinya, bagian dari penilaian sifat item atau jasa, dapat menggabungkan variabel yang saling terkait yang berbeda.

#### **2.2.14 Definisi kualitas layanan**

Menurut Martin (2001, p. 6), kualitas layanan adalah kapasitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen di dalam dan di luar secara konsisten seperti yang ditunjukkan oleh sistem. Untuk situasi ini, perusahaan spesialis diharapkan berusaha untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan klien, sehingga klien memiliki keinginan untuk mendapatkan kualitas layanan yang hebat. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas layanan dapat diketahui melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan klien serta ketepatan penyampaian untuk menyesuaikan asumsi klien.

Kotler dan Keller (2006, p. 138) mengatakan, “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa kualitas adalah atribut umum dan sifat tenaga kerja dan produk yang berdampak pada kapasitas untuk mengatasi masalah dan keinginan konsumen yang akan menawarkan jenis layanan yang berkualitas.

#### **2.2.15 Dimensi kualitas layanan (*Service quality*)**

Digambarkan oleh Lovelock dan Wright (2002) ada lima komponen kualitas layanan, ialah: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dimana kelima aspek tersebut dapat diperjelas sebagai berikut:

##### **1. *Tangibles***

*Tangibles* menyiratkan bukti nyata, yang mencakup keberadaan kantor, perangkat keras, fasilitas (pekerja), dan bahan yang dimiliki oleh perusahaan, misalnya denah dalam dan luar, kursi depan, kantor terpasang, dan pengalihan yang tersedia secara lokal. Adanya aset fisik yang baik dalam suatu perusahaan diharapkan dapat menarik konsumen.

##### **2. *Reliability***

*Reliability* menyiratkan kapasitas perusahaan untuk menawarkan jenis bantuan sebagai jaminan, tepat, padat, dan mantap. Ini berarti

mengharuskan perusahaan untuk bekerja dengan baik dalam menawarkan jenis bantuan kepada konsumen sesuai dengan waktu yang dijamin.

3. *Responsiveness*

*Responsiveness* menyiratkan menerima kebutuhan konsumen dan singkat dalam menawarkan jenis bantuan. Ini menyiratkan, mengharuskan staf perusahaan untuk bekerja dengan cepat dan gesit atau puas membantu konsumen dalam menawarkan jenis bantuan sesuai kebutuhan konsumen.

4. *Assurance*

*Assurance* menyiratkan memastikan dan memberikan perasaan bahwa semuanya baik-baik saja dengan dunia untuk konsumen yang membutuhkan bantuan informasi yang memuaskan, kebaikan, disposisi mahir, dan kepastian. Konsumen yang tidak yakin harus dihibur oleh pekerja, sehingga konsumen akan merasa positif tentang keputusan mereka. Ini menyiratkan, meminta mentalitas perusahaan untuk menginstruksikan pekerja untuk memiliki kemampuan dan informasi khusus yang memuaskan serta kesediaan dalam menawarkan jenis bantuan.

5. *Empathy*

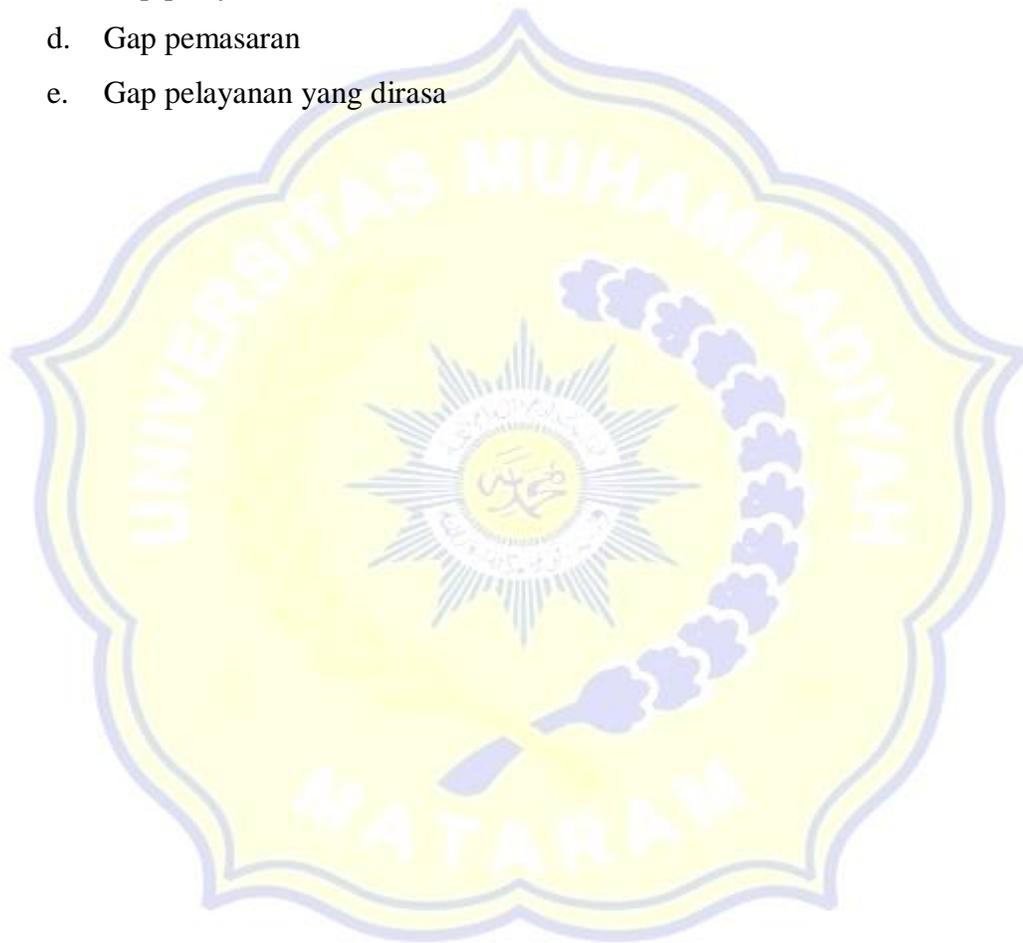
*Empathy* menyiratkan perhatian dan pertimbangan pekerja mengenai semua konsumen, termasuk kesederhanaan membuat koneksi *korespondensi* yang baik, pertimbangan individu, dan pemahaman kebutuhan pelanggan. Ini menyiratkan bahwa disposisi pekerja perusahaan harus memiliki pilihan untuk fokus dan menjadikan pelanggan sebagai penguasa yang harus dilayani dengan tepat dan menjadikan pelanggan sebagai sumber kekayaan perusahaan yang harus dipertahankan dan diperluas pemenuhannya.

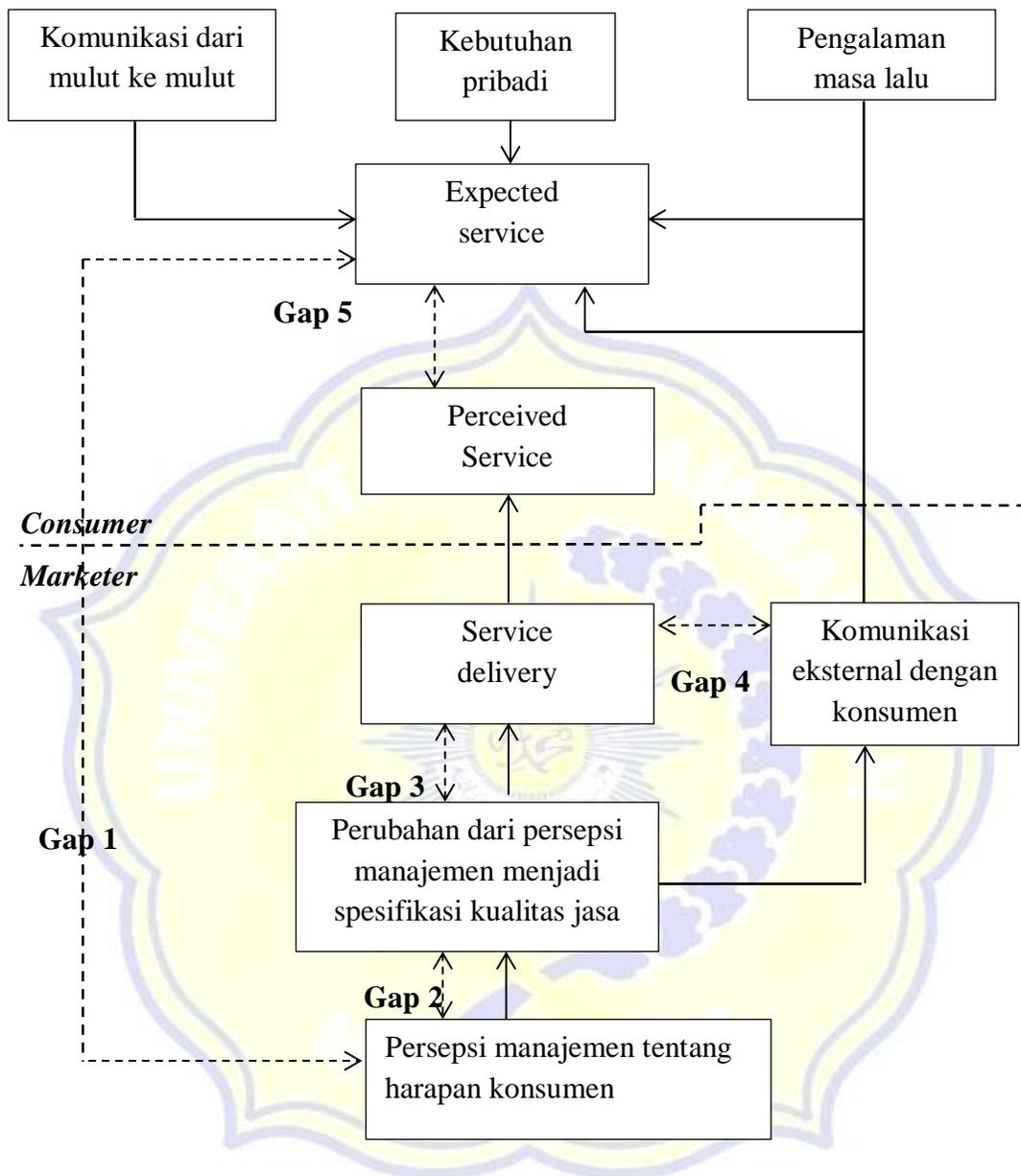
### **2.2.16 Analisa kesenjangan (*SERVQUAL*)**

Aspek kualitas layanan yang umumnya dijadikan sebagai sumber perspektif adalah model *Service quality (SERVQUAL)* yang dibuat oleh

Parasuraman, Zeithaml, Berry. Lima gap yang menyebabkan perbedaan kesan kualitas pelayanan adalah (Lupiyoadi, 2001), dapat dilihat pada gambar 2.2 sebagai berikut:

- a. Gap manajemen
- b. Gap kualitas
- c. Gap pelayanan
- d. Gap pemasaran
- e. Gap pelayanan yang dirasa





Gambar 2.2 Analisa Lima Kesenjangan

Sumber : A. Parasuraman, Valerie A. Zeithmal & Leonard L. Berry dalam Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, 2004

### **2.2.17 Pengertian *microsoft excel***

*Microsoft Excel* merupakan aplikasi yang memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data statistik dalam proses penelitiannya. *Microsoft Excel* mampu memproses data stastitika secara cepat dan akurat. Menurut Susandra (2010:1) *Microsoft Excel* adalah program aplikasi halaman akuntansi (lembar kerja elektronik). Kapasitas *Microsoft Excel* adalah kegiatan komputasi dan dapat memperkenalkan informasi sebagai tabel. Sesuai Musyafa (2014:1) program aplikasi halaman akuntansi yang dibuat dan disampaikan oleh *Microsoft Corporation* untuk kerangka kerja *Microsoft Windows* dan *Mac OS*. Aplikasi ini memiliki elemen komputasi dan kreasi realistik sebagai pengolah angka.

### **2.2.18 Kerangka pemikiran**

Berdasarkan kajian pustaka dan landasan teori yang sudah dijelaskan, bahwa pentingnya maskapai terhadap aktivitas penerbangan. Hal ini dijadikan penyediaan jasa harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik ditinjau dari beberapa bagaian, yaitu *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Kualitas pelayanan yang akan diberikan nantinya mempengaruhi terhadap pendapat konsumen yang nantinya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Umum**

Penelitian ini melibatkan pemeriksaan kuantitatif sebagai angka dan informasi subjektif yang dikomunikasikan dalam kata-kata. Informasi subjektif berharga untuk digunakan dan melengkapi gambaran yang diperoleh dari informasi kuantitatif. Instrumen yang digunakan adalah survei kuisioner.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Area penelitian adalah sudut pandang signifikan yang menentukan bagaimana efek samping dari pemeriksaan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di kawasan Bandara Internasional Lombok (BIL), Lombok Tengah. Dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



(Sumber :*Google Earth*)

Gambar 3.1. Lokasi Penelitian

### **3.3 Studi Literatur**

Sumber yang dicari adalah referensi hipotesis sebagai buku atau teori yang berlaku untuk kasus dan masalah yang ditemukan, referensi ini akan digunakan sebagai semacam perspektif untuk mendapatkan informasi dan memutuskan teknik yang harus digunakan dalam penanganan informasi.

### **3.4 Sumber Data**

#### **3.4.1 Data sekunder**

Dalam mengumpulkan informasi pendukung atau informasi tambahan, bekerjasama dengan perusahaan terkait. Informasi tambahan yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini merupakan informasi yang didapat dari PT. Angkasa Pura I, antara lain:

- a. Data jumlah pesawat Lion Air
- b. Data jumlah penumpang rata-rata .
- c. Data waktu keberangkatan pesawat

#### **3.4.2 Data primer**

Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan. Data ini dapat diperoleh melalui pengamatan dan survei langsung di lapangan ataupun hasil dari kuesioner terhadap suatu objek penelitian.

### **3.5 Kegiatan Survei**

#### **3.5.1 Metode survei**

Penelitian dilakukan melalui pengamatan secara langsung kondisi terminal bandara, pengumpulan data dilakukan, antara lain :

1. Kuesioner (Angket) merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada responden untuk diisi yang sesuai dengan keperluan penelitian.

### **3.5.2 Peralatan survei**

Peralatan yang digunakan harus dipersiapkan dengan baik supaya kegiatan pada saat penelitian tidak mengganggu proses pengumpulan data. Peralatan yang digunakan sebagai berikut:

1. kuesioner
2. Alat tulis

### **3.5.3 Waktu pelaksanaan survei**

Waktu pelaksanaan survei dari penelitian ini dilakukan setiap hari selama seminggu dari tanggal 31 Januari sampai tanggal 6 Februari 2022.

### **3.5.4 Pelaksanaan survei**

Teknik pelaksanaan survei menggunakan metode sampel acak yang digambarkan dengan cara bahwa setiap individu dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi individu dari contoh. Dimana aplikasinya adalah dengan memberikan kuisisioner kepada pengguna terminal bandara untuk diselesaikan dan dikembalikan setelah mengisi dan memenuhi persyaratan populasi.

## **3.6 Metode Pengumpulan Data**

### **3.6.1 Metode observasi**

Observasi ialah kegiatan memperhatikan secara langsung suatu item di lapangan. Persepsi dengan memperhatikan dan merekam pelaksanaan pelayanan yang terjadi di area yang menjadi titik fokus penelitian ini.

### **3.6.2 Metode kuisisioner (*Questionnaires Methods*)**

Sugiyono, (2003) mengatakan bahwa survei ialah suatu prosedur pengumpulan informasi yang diselesaikan dengan memberikan sekumpulan penjelasan yang tersusun kepada responden untuk dijawab. Survei tersebut menanyakan secara langsung tingkat loyalitas konsumen (*Directly Reported Satisfaction*) pada berbagai jenis barang dan pelayanan yang meliputi bagian

perkantoran, pelayanan, dan pejabat dengan ukuran penilaian (1) Sangat Tidak Puas, (2) Puas, (3) Cukup/ Netral, (4) Puas, dan (5) Sangat Puas. Jajak pendapat ini menggabungkan beberapa pertanyaan tentang informasi profil konsumen dan beberapa pertanyaan pendukung. Selain itu, penumpang juga ditanya faktor mana yang signifikan seperti yang ditunjukkan oleh pengguna.

### 3.6.3 Metode pengumpulan sampel

Penentuan responden sebagai pengujian dalam review ini bergantung pada metode kouta sampel, dimana responden adalah penumpang pesawat Lion Air dan pengguna jasa bandara. Ukuran responden dalam ulasan ini diselesaikan dengan menggunakan rumus Slovin (Setiawan, 2007). Dapat dilihat pada rumus 3.1 sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentasi kesalahan yang bisa ditolelir . Konstanta ( 0,1 atau 100%)

## 3.7 Uji Instrumen Pengumpulan Data

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji *validitas* untuk melihat apakah ada pertanyaan dalam survei yang harus dibuang atau diganti dengan alasan bahwa mereka dianggap berlebihan, tes tersebut terukur, yang harus dimungkinkan secara fisik atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer *SPSS* (Umar. Husein, 2013:386). Sebuah kuisioner dengan asumsi pertanyaan pada survei dapat mengungkap sesuatu yang akan diperkirakan oleh survei, dapat menunjukkan sejauh mana suatu instrumen tersebut *valid* dalam mengukur variabel. Untuk

mengukur *validitas*, sangat baik dapat diselesaikan dengan melakukan hubungan antara skor hal-hal penyelidikan dengan skor *absolut* dari pengembangan atau variabel. Untuk sementara, mengetahui skor setiap pertanyaan itu *valid* atau tidak, maka standar terukur ditetapkan 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 dapat dilihat pada rumus 3.2 sebagai berikut :

$$T_{xy} = \frac{n(Ki y) - (Z Ki ZF)}{\sqrt{\{nZKi^2 - (ZK)^2\}\{nZF^2 - (ZF^2)\}}} \dots\dots\dots(\text{pers 3.2})$$

Dimana :

- $T_{xy}$  : Koefisien korelasi=-
- $n$  : Jumlah sampel
- $X_i$  : Jawaban responden
- $Y$  : Total jawaban responden

Dengan memanfaatkan instrumen program *Microsoft excel* 2010 dan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Dengan asumsi bahwa mengumpulkan informasi dari responden, misalnya menggunakan skala Liter, hal pertama yang harus dilakukan adalah menguji *validitas* dan *reliabilitas* informasi survei. Instrumen tersebut dikatakan *valid* jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap informasi faktor-faktor yang terkonsentrasi dengan baik. Tinggi rendahnya *validitas* instrumen menunjukkan sejauh mana informasi yang dikumpulkan tidak menyimpang dari penggambaran faktor-faktor yang diteliti. Dalam penelitian tersebut, uji *validitas* diselesaikan dengan menghubungkan skor segala sesuatu dengan skor total. Prosedur hubungan yang digunakan

adalah *Pearson Product Moment*, dimana instrumen dianggap *valid* jika nilai koefisien korelasi ( $r$ ) >  $r$  tabel.

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

Langkah-langkah yang digunakan program *Microsoft excel 2010* yaitu:

- Input data dari kuesioner ke dalam *Excel*, lalu sertakan totalnya pada bagian akhir.
- Pada kolom nilai korelasi ketikkan formula = *CORREL* lalu klik, lalu akan muncul rumus = *CORREL(array1;array2)*
- Setelah itu blok data dari awal sampai terakhir pada kolom pertama
- Lalu klik *enter* akan muncul *ouputnya*.

### 3.7.2 Uji *reliabilitas*

Azwar (2001) mengatakan bahwa kualitas *reliabilitas* adalah interpretasi dari kata *reliabilitas* yang mengandung arti keandalan, ketergantungan, konsistensi. Hasil pengukuran dapat diandalkan jika dalam beberapa kali kumpulan subjek yang sama memperoleh hasil yang cukup mirip, seperti selama sudut pandang yang diperkirakan tidak berubah. Keandalan instrumen adalah hasil estimasi yang solid. Kualitas instrumen diharapkan mendapatkan informasi sesuai target yang dapat dipercaya. Untuk mencapai hal ini, tes kualitas mutlak dilakukan dengan menggunakan teknik *alpha Cronbach* yang

diperkirakan dengan skala *alpha Cronbach* 0 hingga 1. Jika skala dikumpulkan menjadi lima kelas dengan jangkauan yang sama, langkah keamanan *alpha* dapat dilakukan diuraikan 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 *reliable*
- 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* dalam tinjauan ini menggunakan teknik *alpha Cronbach* untuk memutuskan apakah setiap instrumen solid atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ). Suatu pengembangan atau variabel seharusnya dapat diandalkan dengan asumsi memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Nunnally, dalam Ghozali, 2006). Jadi nilai koefisien *alpha*  $> 0,60$  merupakan penanda bahwa survei tersebut solid/*reliabel* (Ghozali, 2006). Rumus uji *reliabilitas* dapat dilihat pada rumus 3.3 sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{2xrb}{1+rb} \dots\dots\dots(\text{pers 3.3})$$

keterangan :

$r_{11}$  : nilai *reabilitas*

$rb$  : nilai koefisien korelasi

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

### 3.8 Metode Analisa Data

Setelah informasi yang didapat memadai, informasi yang telah diperoleh akan ditangani sesuai dengan cara yang ada sehingga diperoleh kualitas atau batasan yang dimaksud. Informasi dapat diperkenalkan sebagai tabel dan grafik.

Teknik penelusuran informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisa ini dilakukan dengan memperkirakan tanggapan konsumen terhadap sifat pelayanan pada pesawat Lion Air, dengan memperkirakan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan melalui beberapa atribut bantuan yang ada pada operator, yang dilihat dari *Reliability* (Keandalan), *Responsivenees* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati), *Tangibles* (bukti fisik). Atribut bantuan dikumpulkan sebagai kuisisioner dan kemudian diedarkan kepada responden. Bobot evaluasi dengan menggunakan skala yang digunakan adalah skala Likert dengan lima tingkatan yang disajikan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Bobot Penilaian

| Tingkat Kepentingan | Tingkat Kepuasan | Bobot |
|---------------------|------------------|-------|
| Sangat Penting      | Sangat Puas      | 5     |
| Penting             | Puas             | 4     |
| Cukup Penting       | Cukup Puas       | 3     |
| Kurang Penting      | Kurang Puas      | 2     |
| Tidak Penting       | Tidak Puas       | 1     |

Dari hasil penilaian tingkat kepentingan dan kinerja, akan dibuat perhitungan tingkat kesesuaian dan kemudian hasil direncanakan melalui grafik kartesius untuk menentukan kebutuhan masing-masing karakteristik. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada 3.4 dan 3.5 sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \dots \dots \dots (3.4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots \dots \dots (3.5)$$

Dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kualitas pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum xi$  = Total rata-rata tingkat kepuasan seluruh atribut

$\sum yi$  = Total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut

n = Jumlah responden

Setelah itu dilakukan pengukuran nilai rata-rata untuk tiap atribut, selanjutnya mengukur tingkat kesesuaian antara tingkat kepuasan dan kepentingan (Martilla & James, dalam Dewi 2018), rumus dapat dilihat pada 3.6 sebagai berikut:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

Dimana:

Tk = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kualitas pelayanan jasa (kepuasan)

Yi = Skor penilaian kepentingan pengguna jasa

Tahap selanjutnya adalah membuat panduan posisi pelaksanaan signifikansi yang merupakan garis besar Cartesius yang diisolasi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua garis pertemuan yang berlawanan (Nasution, 2010). Rumus dapat dilihat pada 3.7 dan 3.8 Sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}i}{K} \dots \dots \dots (3.7)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}i}{K} \dots \dots \dots (3.8)$$

Dimana :

$\Sigma \bar{x}_i$  = Total rata-rata tingkat kepuasan seluruh atribut

$\Sigma \bar{y}_i$  = Total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut

K = banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan dan kepentingan

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kualitas pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

Selain itu, tingkat komponen atau perencanaan atribut akan digambarkan atau dikumpulkan di salah satu dari empat kuadran yang disebut bagan Cartesius. yang dibatasi oleh sumbu X dan Y. Pada garis diagram kartesius penulis menganalisis menggunakan *microsoft excel*, dengan cara berikut:

1. Isi lembar kerja pada *view* berupa nomor pertanyaan, kinerja, dan kepentingan.
2. selanjutnya masukan data yang sudah di olah sesuai dengan urutan nomor pertanyaan.
3. Blok data X dan Y lalu klik menu *insert* setelah itu pilih *scatter* pilih *scatter with only markers* lalu klik *OK*

Hasil evaluasi dapat memberikan data tentang atribut-atribut yang mempengaruhi pemenuhan pelanggan dengan item/jasa dengan berfokus pada peningkatan. Berikutnya adalah klarifikasi dari empat grafik diagram kartesius keempat kuadran.

Langkah awal untuk penyelidikan kuadran adalah memastikan peringkat signifikansi kepentingan dan rata-rata kinerja untuk setiap faktor dengan dan menjadi jumlah faktor. Tahap selanjutnya adalah menghitung derajat signifikansi kepentingan dan rata-rata kinerja untuk semua faktor x y. Nilai ini berlawanan dengan sumbu horizontal, khususnya sumbu yang mencerminkan penyajian variabel (x) sedangkan nilai berlawanan dengan

sumbu vertikal, khususnya sumbu yang mencerminkan kepentingan variabel (y). Sebagaimana dijelaskan pada gambar 3.2 sebagai berikut:



Gambar 3.2 Diagram Analisis Kuadran

- a) Kuadran I Kepentingan tinggi kepuasan rendah  
Artinya hal ini dimaksudkan agar dalam kondisi ini, sejauh kepentingan konsumen pelayanan, dimana unsur-unsur yang mempengaruhi pelayanan berada pada tingkat yang kepentingan, sedangkan dari sisi kepuas, pelanggan merasa rendah (tidak terpenuhi) sehingga mereka meminta perbaikan dalam membantu menganggap.
- b) Kuadran II Kepentingan tinggi kepuasan tinggi  
Artinya dalam kondisi ini, menurut perspektif pengguna jasa, variabel yang mempengaruhi pelayanan berada pada tingkat yang tinggi, sedangkan kepuasan konsumen pelayanan juga pada tingkat yang signifikan (saat ini terpenuhi), untuk situasi ini perusahaan dapat mengikutinya. pelayanan/kinerjanya.
- c) Kuadran III Kepentingan rendah kepuasan rendah  
Artinya dalam kondisi ini, unsur-unsur terkait pelayanan tidak signifikan bagi konsumen pelayanan, kinerja para pengusaha rata-rata dan konsumen

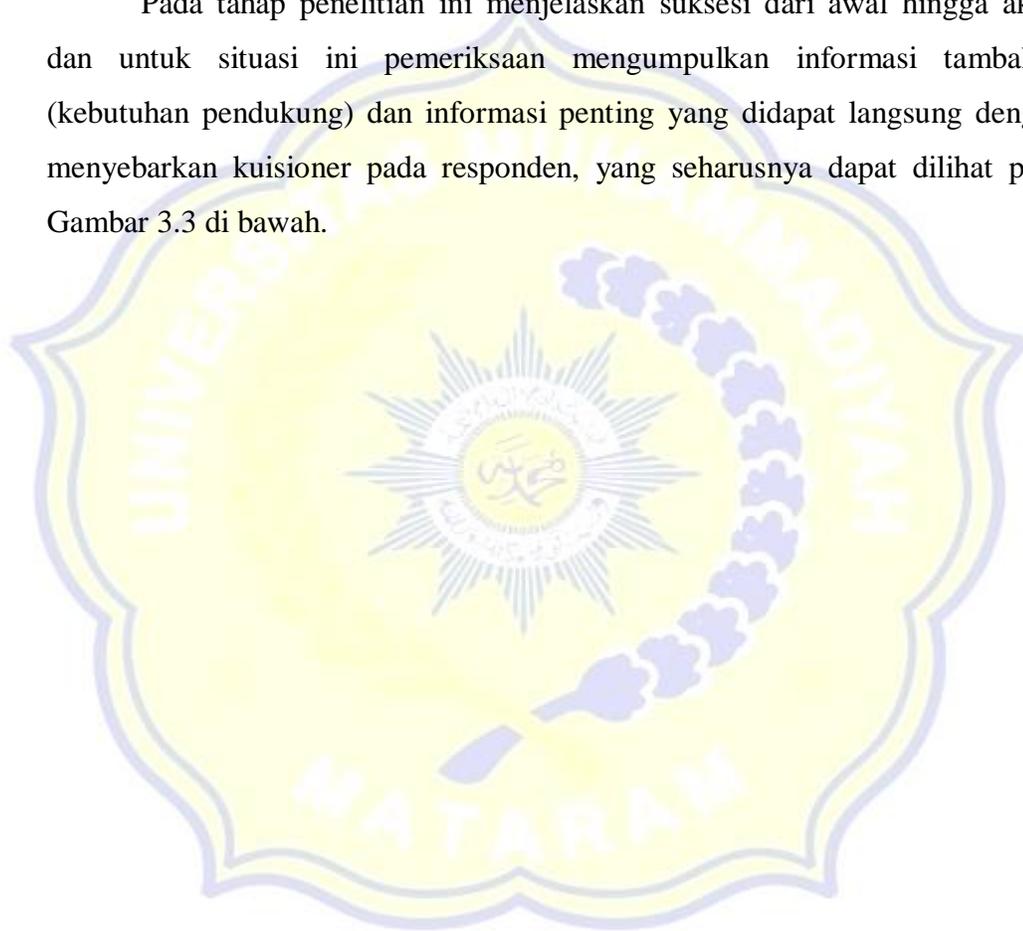
juga kecewa dengan pemberian pelayanan.

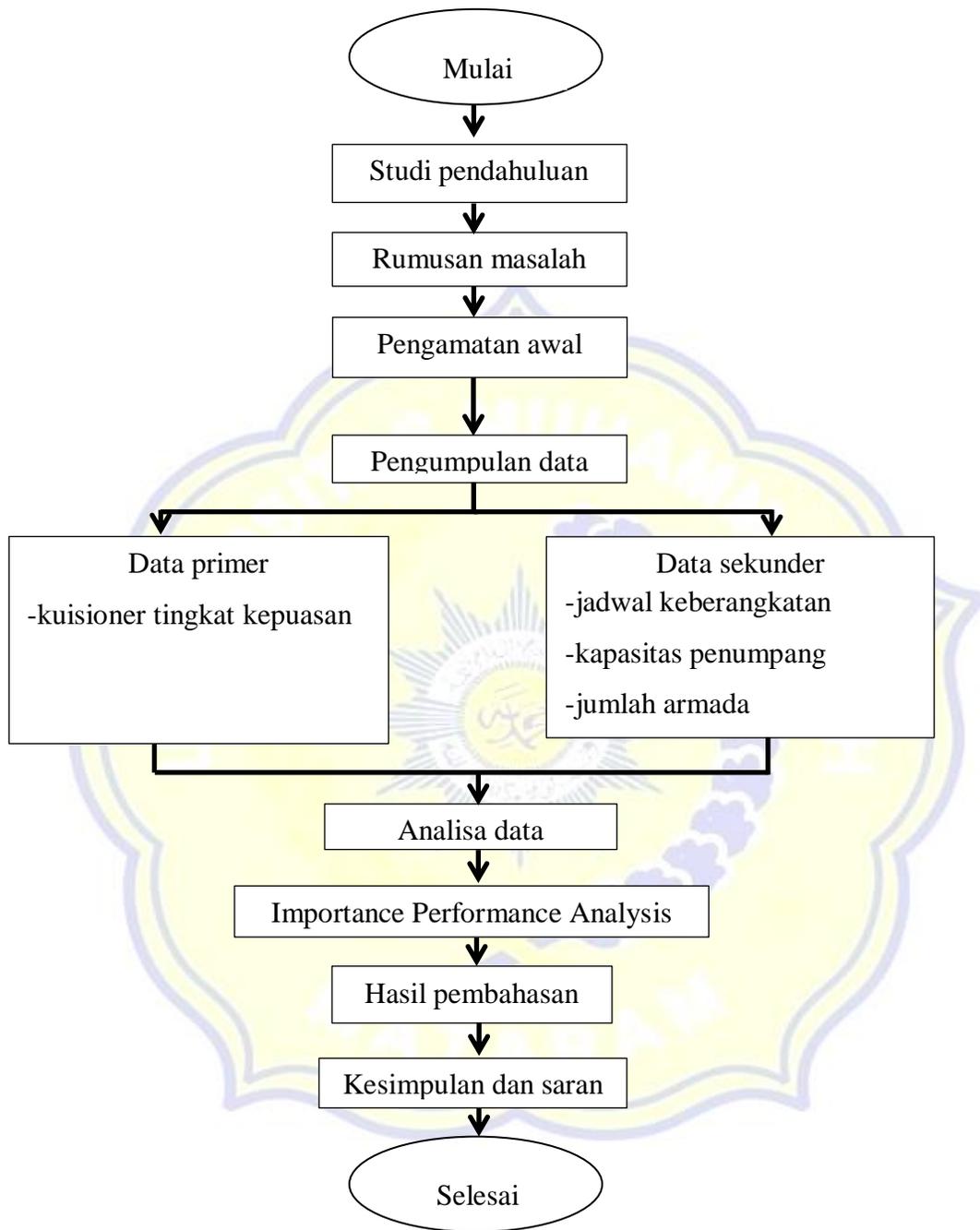
d) Kuadran IV Kepentingan rendah kepuasan tinggi

Artinya dalam kondisi ini unsur-unsur yang mempengaruhi layanan tidak penting bagi konsumen, namun konsumen terpenuhi (merasa puas).

### 3.9 Tahapan Penelitian

Pada tahap penelitian ini menjelaskan suksesi dari awal hingga akhir dan untuk situasi ini pemeriksaan mengumpulkan informasi tambahan (kebutuhan pendukung) dan informasi penting yang didapat langsung dengan menyebarkan kuisisioner pada responden, yang seharusnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 di bawah.





Gambar 3.3 Bagan alir kegiatan penelitian