

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Kebutuhan mobilitas jarak jauh penduduk Indonesia akan membuat industri penerbangan kembali bertumbuh pesat pada tahun 2013. Pertumbuhan jumlah penumpang domestik dan internasional yang diangkut maskapai penerbangan nasional tahun 2012 diperkirakan mengalami pertumbuhan sekitar 10-15 persen dibandingkan jumlah penumpang tahun sebelumnya. Hal ini diungkap oleh Direktur Angkutan Udara Direktorat Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan, Djoko Murjatmodjo (Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, Jakarta, 7/2/2013) terjadi peningkatan pada bulan Juli-Desember 2012, total jumlah penumpang yang diangkut oleh maskapai penerbangan nasional berjadwal sepanjang 2012 dirinci pada tabel 1.1. Berdasarkan tabel tersebut, jumlah penumpang domestik yang diangkut maskapai penerbangan nasional berjadwal, Garuda Indonesia mengalami peningkatan penumpang sebanyak 15,304,472, disusul Sriwijaya Air dengan jumlah penumpang 8,100,475, dan Merpati Nusantara Airlines 2,520,971, dan Air Asia 2,170,705.

Tabel 1.1
Jumlah Penumpang Per Maskapai Penerbangan Domestik Indonesia

	Maskapai	2008	2009	2010	2011	2012
1	Garuda Indonesia	7,665,390	8,398,017	9,993,272	13,701,879	15,304,472
2	Sriwijaya Air	4,272,876	5,464,615	7,016,715	7,382,467	8,100,475
3	Merpati	2,477,173	2,193,009	2,361,755	2,186,174	2,520,971
4	Air Asia	1,503,672	1,454,914	1,062,268	1,306,207	2,170,705

Sumber: Direktorat Angkutan Udara Ditjen Hubud (2013)

Ketatnya persaingan pada saat ini, strategi yang dilakukan oleh maskapai penerbangan untuk meningkatkan jumlah pelanggan ataupun mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada adalah meningkatkan atau mempertahankan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan aset yang penting bagi

perusahaan karena dapat digunakan sebagai indikator atas kualitas dan pendapatan perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu maskapai penerbangan harus memberikan kualitas layanan yang tepat agar dapat bersaing dengan maskapai penerbangan lain dan merebut banyak pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan (Nasution, 2004). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas jasa salah satunya adalah, bukti fisik (*tangible*), dan keandalan (*reliability*).

Banyak upaya yang dilakukan maskapai-maskapai penerbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tak terkecuali Garuda Indonesia. Sebagai perusahaan terbesar di Indonesia yang telah mengoperasikan sebanyak 82 armada pesawat yang siap melayani konsumen dengan pelayanan 33 rute domestik dan 18 rute internasional, Garuda Indonesia menawarkan pelayanan yang memuaskan, kenyamanan dalam perjalanan serta keselamatan selama penerbangan.

Mengenai standar keamanan dan keselamatan, perusahaan ini telah memenuhi standar internasional. Kepemilikan sertifikasi IATA *Operational Safety Audit (IOSA)* sudah dimiliki PT Garuda Indonesia pada tahun 2009. Dengan demikian, konsumen yang menggunakan jasa maskapai penerbangan Garuda Indonesia dapat merasa terjamin keselamatannya.

Berdasarkan situs resmi PT Garuda Indonesia, berbagai penghargaan pun telah diterima oleh Garuda Indonesia sebagai bukti dari keunggulannya. Pada tahun 2010, Skytrax menobatkan Garuda Indonesia sebagai “Four Star Airline” dan sebagai “*The World's Most Best Improved Airline*”. Selanjutnya pada Juli 2012, Garuda Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai “*World's Best Regional Airline*” dan “Maskapai Regional Terbaik di Dunia”. Sebuah lembaga konsultasi penerbangan bernama *Centre for Asia Aviation (CAPA)*, yang berpusat di Sydney, juga memberikan penghargaan kepada Garuda Indonesia sebagai “Maskapai yang Paling Mengubah Haluan Tahun Ini”, pada tahun 2010. Sedangkan Roy Morgan, lembaga peneliti independen di Australia, juga

memberikan penghargaan kepada Garuda Indonesia sebagai “*The Best International Airline*” pada bulan Januari, Februari dan Juli 2012. Garuda Indonesia kembali berhasil meraih predikat “*World's Best Economy Class 2013*” dan meraih award “*Best Economy Class Airline Seat 2013*” dari Skytrax.

Salah satu usaha peningkatan pelayanan yang memuaskan dan kenyamanan, Garuda Indonesia telah meluncurkan layanan baru yang dinamakan Garuda Indonesia *Experience*. Konsep yang ditawarkan dalam layanan baru ini mencerminkan sifat asli Indonesia yang terkenal karena keramahannya. Dalam layanannya, konsumen akan dimanjakan dengan fasilitas terbaik, berupa armada dengan interior modern, LCD layar sentuh individual, serta Audio dan Video on Demand sehingga konsumen menjadi lebih nyaman.

Konsep Garuda Indonesia *Experience* juga memiliki nilai-nilai dasar sebagai berikut: tepat waktu dan aman (tentang produk), cepat dan tepat (tentang proses), bersih dan nyaman (tentang bangunan) serta andal, profesional, kompeten dan siap membantu (tentang staf). Konsep ini diterima dengan baik oleh pelanggan Garuda Indonesia.

Fasilitas layanan yang diberikan lainnya berupa GFF (*Garuda Frequent Flyer*). GFF ini merupakan program khusus Garuda Airlines yang di desain untuk pelanggan loyal dengan frekuensi penerbangan tinggi dimana mereka dapat mengakumulasi poin melalui jarak penerbangan (mil) yang ditempuh setiap kali melakukan perjalanan domestik maupun internasional (rute khusus). Layanan khas budaya Indonesia yang ramah, hangat, santun dari awak kabin Garuda Indonesia memberikan kenyamanan penerbangan pada pelanggan.

Dengan melihat kualitas layanan yang diberikan oleh Garuda Indonesia dan meningkatnya jumlah penumpang setiap tahunnya, maka penulis tertarik untuk meneliti dan memberi judul laporan ini **Pengaruh Dimensi Bukti Fisik (*tangible*) dan Keandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Atas Pelayanan Jasa Penerbangan Pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Palembang.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembahasan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh dimensi bukti fisik (*tangible*) dan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk Branch Office Palembang.
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk Branch Office Palembang.

1.3 Ruang Lingkup

Agar dalam penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk Branch Office Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dimensi bukti fisik (*tangible*) dan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk Branch Office Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk Branch Office Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah:

1. Memberi informasi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan di masa mendatang mengenai kualitas dimensi bukti

fisik (*tangible*) dan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan atas jasa penerbangan Garuda Indonesia.

2. Memberikan informasi bagi pembaca tentang kualitas dimensi bukti fisik (*tangible*) dan keandalan (*reliability*) maskapai penerbangan Garuda Indonesia.
3. Menerapkan ilmu yang sudah didapat di perkuliahan untuk lebih mengerti dan memahami terkait dengan mata kuliah yang diambil.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini pada dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*) dan kepuasan pelanggan jasa penerbangan pada PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk yang berada di lokasi Branch Office Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang dipakai adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Yusi (2009), data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu perusahaan organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Sumber data primer ini adalah kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berada di lokasi Branch Office Palembang.

b. Data Sekunder

Menurut Yusi (2009), yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, situs web di internet dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2010), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner tersebut dibagikan kepada pelanggan pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berada di lokasi Branch Office Palembang.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara yang digunakan penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan tidak terstruktur karena peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya sehingga wawancara bebas. Dalam metode ini wawancara digunakan untuk memperkuat dan memperjelas data yang diperoleh yaitu data tentang kepuasan pelanggan atas jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berada di lokasi Branch Office Palembang.

1.5.4 Analisa Data

1.5.4.1 Populasi & Sampel

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berada di Branch Office Palembang.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia yang berada di Branch Office Palembang.

Hair dkk dalam Puspitasari (2006) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 sampai dengan 200. Bila ukuran sampel menjadi terlalu besar misalnya lebih dari 400 maka metode menjadi “sangat sensitif” sehingga sulit untuk mendapat ukuran-ukuran *goodness-of-fit* yang baik. Pedoman ukuran sampel dari Hair dalam Puspitasari(2006) sebagai berikut :

1. 100 – 200 sampel untuk teknik maksimum *Likelihood Estimation*
2. Tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Bila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 – 200.

Menggunakan ukuran sampel yang ketiga, dalam penelitian ini terdapat 32 indikator. Maka dari itu dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 32 \times 5 \\ &= 160\end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 160 orang responden.

1.5.4.2 Teknik sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *teknik Non Probability Sampling* yaitu dalam hal ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Menurut Yusi (2009), teknik *accidental sampling* ialah pengumpulan data dari unit sampling yang dijumpai bila dipandang orang yang kebetulan dijumpai itu sesuai sebagai sumber data.

1.5.4.3 Teknik Analisa Data

1.5.4.3.1 Metode Kualitatif

Menurut Yusi (2009), mengatakan bahwa data kualitatif yaitu data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Data kualitatif yang digunakan adalah penelitian deskriptif menggunakan analisa distribusi frekuensi.

1. Penelitian Deskriptif

Arikunto dalam Gloria(2012) menjelaskan bahwa penelitian analisis data deskriptif kualitatif merupakan penelitian deskriptif analisis data yang memanfaatkan persentase sebagai langkah awal saja dari keseluruhan proses analisis. Persentase yang dinyatakan dalam bilangan sudah jelas merupakan ukuran yang bersifat kuantitatif, bukan kualitatif. Jadi pernyataan persentase bukan hasil analisis kualitatif. Analisis kualitatif tentu harus dinyatakan dalam sebuah predikat yang menunjuk pada pernyataan keadaan, ukuran kualitas.

Berdasarkan pendapat di atas agar diperoleh hasil analisis kualitatif maka dari perhitungan persentase kemudian dimasukkan ke dalam lima kategori predikat seperti pada tabel berikut:

Tabel1.2
Kriteria Interpretasi Skor

No.	Interval	Kategori
1	81-100%	Sangat baik
2	61-80%	Baik
3	41-60%	Cukup baik
4	21-40%	Kurang baik
5	0-20%	Tidak baik

Sumber: Arikunto dalam Gloria(2012)

2. Teknik Analisa Distribusi Frekuensi

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan distribusi frekuensi. Menurut Prasetyo (2011) distribusi frekuensi adalah susunan

data dalam suatu tabel yang telah diklasifikasikan menurut kelas atau kategori-kategori tertentu.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali dalam Kurnia(2013)

1.5.4.3.2 Metode Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Yusi (2009), data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas menggunakan Korelasi Product Moment sedangkan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui seberapa cermat suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Uji validitas yang digunakan yaitu dengan korelasi Pearson (*Product Correlation*).

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan r_{tabel} atau $r_{hitung} < r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach Alpha.

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2010), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

3. Regresi Berganda

Analisis regresi ganda menurut Riduwan (2009) adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya untuk meramalkan nilai variabel terkait (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih.

Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan atau satu variabel terkait.

Analisis regresi ganda dihitung dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 11.5. Adapun persamaan untuk 2 (dua) variabel bebas sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: Riduwan (2009)

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan Atas Pelayanan Jasa Penerbangan Garuda
Indonesia Branch Office Palembang

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Bukti Fisik (*tangible*)

X_2 = Keandalan (*reliability*)