

Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung

Sitti Subekti

Puslitbang Transportasi Udara, Badan Litbang Perhubungan
Jl. Merdeka Timur No.5 Jakarta Pusat 10110
E-mail: sitti_82@yahoo.com

Diterima: 19 Juni 2019, disetujui: 17 September 2019, diterbitkan *online*: 12 Desember 2019

Abstrak

Kualitas layanan, nilai pelanggan, dan loyalitas penumpang menjadi hal penting bagi maskapai penerbangan untuk bertahan dalam persaingan bisnis. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia, kontribusi nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia, dan kontribusi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Sampel penelitian yang digunakan berjumlah 103 responden. Data primer dikumpulkan dengan kuesioner berskala Likert 5 (lima). Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk mengolah data penelitian dengan bantuan program SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang, nilai pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas penumpang, dan kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, loyalitas penumpang, nilai pelanggan.

Abstract

The Effect of Service Quality and Customer's Value on Garuda Indonesia Passenger Loyalty at Radin Inten II Airport in Lampung: The service quality, customer's value, and passenger's loyalty are important for airlines in order to survive in the business competition. This study was conducted to analyze the contribution of service quality toward the passenger's loyalty of Garuda Indonesia, the contribution of customer's value toward the passenger's loyalty of Garuda Indonesia, and the contribution of both service quality and customer's value (simultaneously) toward the passenger's loyalty of Garuda Indonesia at Radin Inten II Airport in Lampung. The research sample used was 103 respondents. Primary data were collected using 5 Likert scale questionnaire. Path analysis was used to analyze the data and it was done using SPSS version 23. The results of this study indicated that the service quality significantly contributed to the passenger's loyalty, customer value had a positive effect on passenger's loyalty, and both service quality and customer's value simultaneously affected the passenger's loyalty. It meant that high quality service and customer's value would increase the passenger's loyalty of Garuda Indonesia at Radin Inten II Airport in Lampung.

Keywords: Service quality, passengers loyalty, customer value.

1. Pendahuluan

Perkembangan industri penerbangan cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Masyarakat membutuhkan jasa penerbangan untuk mendukung aktifitas dan mobilitas dalam mencapai berbagai tujuan. Saat ini masyarakat dihadapkan pada banyak pilihan maskapai yang melayani jasa penerbangan. Setiap maskapai mempunyai beberapa keunggulan dalam pelayanan penerbangannya seperti harga tiket yang ekonomis, bagasi tidak berbayar pada jumlah tertentu, layanan hiburan selama penerbangan, ketepatan waktu pelayanan, dan lainnya. Maskapai penerbangan menerapkan strategi pelayanan sesuai

dengan tujuan bisnisnya. Pelayanan maskapai penerbangan dibedakan menjadi 3 (tiga) layanan yaitu layanan *full service*, *medium* dan *no frill*. Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan yang melayani penumpang dengan layanan *full service* yang memiliki banyak rute penerbangan di Indonesia. Rute penerbangan Lampung-Jakarta merupakan salah satu rute penerbangan yang dilayani oleh maskapai penerbangan ini. Garuda Indonesia dengan layanan *full service* mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang bagus mendorong penumpang masih memilih maskapai penerbangan

ini walaupun harga tiket pesawat udara yang cenderung tinggi pada saat ini. Penumpang cenderung memilih maskapai penerbangan yang memenuhi harapan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Penyajian nilai unggul bagi pelanggan merupakan prasyarat dari kepuasan dan loyalitas penumpang kepada perusahaan. Pelanggan menginginkan nilai maksimal dengan dibatasi oleh biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas [1]. Perusahaan pelayanan harus terus mengupayakan kepuasan pelanggan terutama dengan kualitas pelayanan dan harga yang terbaik yang merupakan kesan keseluruhan atas kinerja perusahaan [2]. Kualitas pelayanan menjadi kunci dalam mempertahankan pelanggan serta pemberian nilai yang tinggi melalui nilai pelanggan [3].

Penelitian mengenai kualitas layanan, nilai pelanggan, dan loyalitas pelanggan/penumpang yang telah dilakukan sebelumnya antara lain adalah penelitian untuk mengetahui pengaruh nilai yang diterima pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (kepuasan pelanggan sebagai mediator dan gender sebagai moderator) pada PT KAI Kota Malang. Dalam penelitian tersebut data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan Skala Likert, dan kemudian didistribusikan ke 120 pelanggan PT KAI Kota Malang. *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk menganalisis data. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai yang diterima pelanggan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas karyawan. Sedangkan kualitas pelayanan tidak secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai yang diterima pelanggan dan kualitas layanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan pelanggan. Kemudian gender tidak memoderasi hubungan antara nilai yang diterima pelanggan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan [4].

Selanjutnya terdapat penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Bandung. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 350 dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam pengujian secara parsial ditemukan bahwa keandalan, jaminan, bukti fisik, daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hanya empati yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung [5].

Selain itu terdapat penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala. Penelitian tersebut menggunakan 100 sampel responden dan analisis data dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Tiger Air Mandala [2].

Penelitian lainnya tentang pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan serta dampaknya pada kepercayaan pelanggan telah dilakukan di PT Mitra Intertrans Forwarding Cabang Palu. Data yang digunakan berjumlah 150 dan dianalisis dengan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). Penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada PT. Mitra Intertrans Forwarding Cabang Palu [6].

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang pada perusahaan penerbangan *full service airlines* (Garuda Indonesia) juga telah diteliti sebelumnya. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode analisis regresi linear. Dalam penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat korelasi positif variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Loyalitas penumpang (Y), dimana taksiran koefisien korelasinya kuat dan positif. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang PT Garuda Indonesia di kantor penjualan cabang Emporium Pluit Mall Jakarta [7].

Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas penumpang pada penerbangan *low cost carrier*. Terdapat 262 sampel penelitian dan pengambilan sampel dengan *stratified random sampling*. Analisis data menggunakan SEM dilakukan dengan perangkat lunak Lisrel. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas layanan tidak memengaruhi loyalitas penumpang, dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Citra merek tidak memengaruhi loyalitas penumpang, kepercayaan tidak memengaruhi kepuasan pelanggan, kepercayaan tidak memengaruhi loyalitas penumpang, dan kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas penumpang [1].

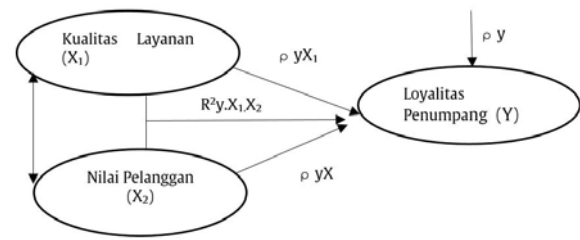
Terdapat pula penelitian mengenai pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang. Sampel penelitian berjumlah 100 responden penumpang KA. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dan

berganda. Penelitian tersebut menemukan bahwa nilai pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan serta nilai pelanggan yang tinggi, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan [3].

Selanjutnya peneliti lain juga menilai pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada penumpang Garuda Indonesia. Penelitian dilakukan dengan 300 sampel, yang diperoleh dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Metode analisis data dilakukan dengan analisis jalur menggunakan perangkat lunak AMOS 4.01. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan pelanggan, serta nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa alasan penumpang untuk tetap bertahan melakukan hubungan dengan penyedia jasa sangat kuat jika penyedia jasa mampu memberikan nilai yang lebih kepada konsumen [8].

Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga yang disebut tiga elemen nilai pelanggan. Nilai akan meningkat seiring dengan meningkatkan kualitas dan pelayanan dan sebaliknya akan menurun dengan peningkatan harga, walaupun faktor-faktor lain juga dapat memainkan peran penting dalam persepsi akan nilai. Nilai yang dipersepsikan pelanggan (*Customer perceived value*) adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Total manfaat pelanggan (*total customer benefit*) adalah nilai moneter kumpulan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat. Nilai yang dipersepsikan pelanggan didasarkan pada selisih antara apa yang didapatkan pelanggan dan apa yang ia berikan untuk kemungkinan pilihan yang berbeda. Pelanggan mendapatkan manfaat dan menanggung biaya [9].

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih [9]. Pelanggan yang loyal memiliki karakteristik yaitu 1) melakukan pembelian secara teratur. 2) membeli diluar isi produk/jasa. 3) merekomendasikan produk lain. 4) menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing [10].



Gambar 1. Model Keterikatan Variabel Penelitian

Penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan bukti empiris bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan menjadi hal penting bagi maskapai penerbangan Garuda Indonesia dalam mempertahankan loyalitas penumpangnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini terdiri dari (1) bagaimana kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang, (2) bagaimana kontribusi nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang dan (3) bagaimana kontribusi secara bersama-sama kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia. Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menganalisis kontribusi kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas penumpang (Y), (2) untuk menganalisis kontribusi nilai pelanggan (X_2) terhadap loyalitas penumpang (Y) dan (3) untuk menganalisis kontribusi secara bersama-sama kualitas layanan dan nilai pelanggan (X_1 dan X_2) terhadap loyalitas penumpang (Y). Berdasarkan tinjauan pustaka dan permasalahan yang diteliti, maka model keterikatan variabel penelitian ini seperti pada gambar 1.

Berdasarkan gambar 1, maka dapat diidentifikasi dua variabel eksogen yaitu kualitas layanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) dan satu variabel endogen yaitu loyalitas penumpang (Y).

2. Metodologi

2.1. Metode Pengumpulan Data

Pengambilan sampel data dihitung dengan rumus Taro Yamane (1) [11]:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} \quad (1)$$

$$n = \frac{716.616}{(716.616).0,1^2 + 1}$$

$n = 99$, 99 dibulatkan menjadi 100 penumpang, pada saat survei dibagikan 105 kuesioner kepada penumpang. Kuesioner yang dikembalikan 105 namun yang dapat dianalisis sebesar 103 kuesioner. Keterangan: n adalah jumlah sampel, N merupakan jumlah populasi (jumlah penumpang yang berangkat dari Bandar Udara Radin Inten II Lampung) dan d adalah persentase toleransi kesalahan sebesar 10%.

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel eksogen [11]. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah loyalitas penumpang (Y) yang terdiri dari 4 (empat) instrumen variabel yaitu: (1) mempertimbangkan maskapai Garuda Indonesia sebagai pilihan utama dalam penerbangan, (2) niat untuk terus secara rutin dan berkelanjutan menggunakan maskapai Garuda Indonesia, (3) merekomendasikan Garuda Indonesia kepada orang lain untuk membeli tiket penerbangan, dan (4) berbicara hal positif mengenai keunggulan Garuda Indonesia kepada orang lain.

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel endogen [11]. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu kualitas layanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2). Terdapat 9 instrumen variabel kualitas layanan (X_1) yaitu: (1) kondisi fisik pesawat yang meyakinkan, (2) keyakinan pada kemampuan pilot dan *crew* pesawat saat bertugas, (3) penampilan fisik dan keramahan petugas selama *check in*, (4) penampilan fisik dan keramahan pramugari/pramugara, (5) kebersihan dan kenyamanan kabin pesawat, (6) pelayanan hiburan dan makanan yang memuaskan, (7) kesesuaian jadwal penerbangan dengan waktu yang dijanjikan, (8) kejelasan petugas dalam menyampaikan informasi, dan (9) perlakuan petugas yang adil (tanpa membedakan) dalam melayani penumpang. Empat instrumen variabel nilai pelanggan (X_2) yaitu: (1) mempunyai nilai tambah (*prestige*) dibanding menggunakan maskapai penerbangan yang lain, (2) kesesuaian antara biaya (nilai pelanggan tiket) dengan pelayanan, (3) kemudahan dalam mendapatkan tiket pesawat, dan (4) nilai pelanggan yang dikeluarkan untuk membeli tiket wajar dan sesuai dengan kebutuhan.

Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah daftar pertanyaan-pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner didesain guna memperoleh data yang dibutuhkan dan disebarkan kepada penumpang/calon penumpang pesawat Garuda Indonesia. Daftar pertanyaan tersebut adalah untuk mengetahui persepsi responden pada pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang pesawat. Skala Likert 5 digunakan untuk menilai persepsi penumpang dalam kuesioner penelitian. Penilaian sangat setuju dengan angka 5, setuju dengan angka 4, netral diberi nilai 3, tidak setuju diberi nilai 2, dan sangat tidak setuju diberi nilai 1.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian

[12]. Hipotesis yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Kualitas layanan (X_1) berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas penumpang (Y).
- H₂: Nilai pelanggan (X_2) berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas penumpang (Y).
- H₃: Kualitas layanan dan nilai pelanggan (X_1 dan X_2) berkontribusi secara bersama-sama dan signifikan terhadap loyalitas penumpang (Y).

2.2. Analisis Data

Data penelitian dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis jalur. Sebelum melakukan analisis jalur dilakukan juga uji asumsi klasik yaitu uji normalitas residual, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pada dasarnya koefisien jalur (*path*) adalah koefisien regresi yang distandarkan yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku atau *Z score* (data yang diset dengan nilai distandarkan (*standardized path coefficient*)) ini digunakan untuk menjelaskan besarnya pengaruh (bukan memprediksi) variabel bebas (eksogen) terhadap variabel lain yang diberlakukan sebagai variabel terikat (endogen) [11].

Validitas adalah tingkat ketepatan alat ukur penelitian tentang arti atau isi yang sebenarnya diukur [11]. Uji validitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh ketepatan dalam penggunaan pernyataan maupun pertanyaan di dalam kuesioner untuk memperoleh data primer. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan program SPSS versi 23 dengan metode korelasi Pearson. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan (kuesioner) menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas instrumen dengan melihat koefisien Alpha Cronbach. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari 4 (empat) pengujian yaitu: 1) Uji Normalitas Residual; Uji normalitas dengan histogram dan Normal P-Plot diagram dari hasil output SPSS versi 23, 2) Uji Multikolinearitas; Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, tapi jika VIF > 10 dan *tolerance* < 0,1 berarti terjadi multikolinearitas [11], 3) Uji Heteroskedastisitas; Uji heteroskedastisitas dengan korelasi Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai *unstandardized residual*. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, 4) Uji Autokorelasi; Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi

autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Jika nilai DW diantara -2 sampai 2 berarti tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya apabila nilai DW di bawah -2 terjadi autokorelasi positif dan bila nilai DW di atas +2 maka terdapat autokorelasi negatif [13].

Langkah langkah menguji analisis jalur (*path analysis*) sebagai berikut; [11].

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural menggunakan persamaan (1).
Struktur $Y = \text{pyx1 } X_1 + \text{pyx2 } X_2 + \text{py } e_1$. (1)
2. Menghitung koefisien jalur didasarkan pada koefisien regresi. Perhitungan koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan dalam persamaan regresi ganda (2).
 $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e_1$. (2)
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
Uji secara keseluruhan hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:
 $H_a: \text{pyx1} = \text{pyx2} = \dots = \text{pyxk} \neq 0$ (3)
 $H_a: \text{pyx1} = \text{pyx2} = \dots = \text{pyxk} = 0$ (4)

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS adalah sebagai berikut: jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *sig* atau ($0,05 < \text{sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan, dan jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau

sama dengan nilai probabilitas *sig* atau ($0,05 > \text{sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan.

4. Menghitung koefisien jalur secara individu
Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik berikut:

$$H_a: \text{pyx1} > 0$$

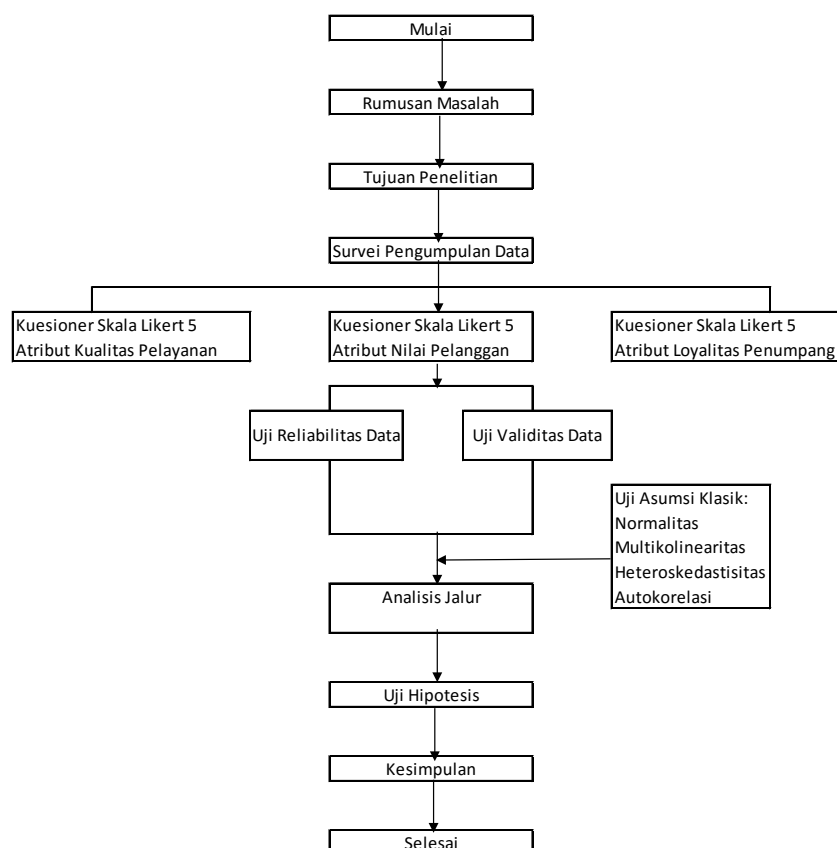
$$H_0: \text{pyx1} = 0$$

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *sig* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *sig* atau ($0,05 < \text{sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *sig* atau ($0,05 > \text{sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan. Berdasarkan uraian di atas, diagram alir pemecahan masalah dalam penelitian ini disajikan dalam gambar 2.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Profil Penumpang

Pengambilan sampel dilakukan di terminal penumpang Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Survei dilakukan untuk mendapatkan data persepsi penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandar

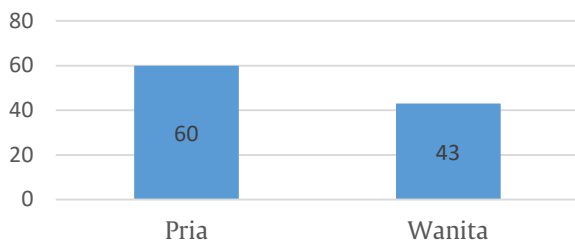


Gambar 2. Diagram Alir Pemecahan Masalah

Udara Radin Inten II Lampung. Terdapat 110 responden yang bersedia mengisi kuesioner, namun yang dapat dianalisis berjumlah 103 kuesiner. Data penumpang meliputi data karakteristik penumpang, persepsi kualitas layanan dan nilai pelanggan, dan kepuasan pelayanan. Data karakteristik responden ini menunjukkan tingkat keragaman penumpang pesawat udara di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Data ini terdiri dari data jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan atau penghasilan responden per bulan, tujuan perjalanan, frekuensi perjalanan dalam 1 tahun, dan cara mendapatkan tiket pesawat.

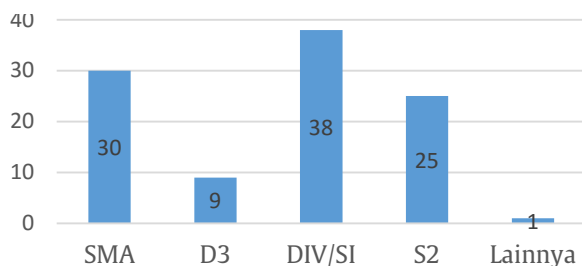
Berdasarkan distribusi jenis kelamin responden, didapatkan bahwa responden terdiri dari 60 orang pria dan 43 wanita. Distribusi jenis kelamin penumpang dapat dilihat pada gambar 3.

Tingkat pendidikan dibedakan menjadi 5 jenjang pendidikan mulai dari tingkat SLTA sampai dengan S2 ke atas. Berdasarkan distribusi berdasarkan tingkat pendidikan responden diperoleh data bahwa 30 orang berpendidikan SLTA, 9 orang berpendidikan DIII, 38 orang berpendidikan DIV/Strata I, 25 orang



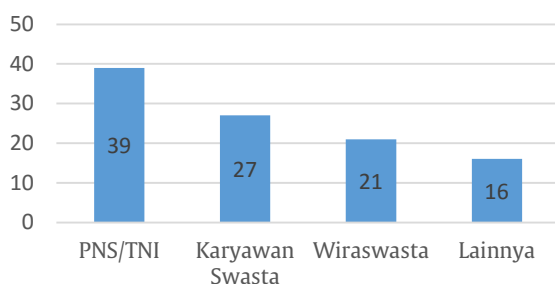
Sumber: data diolah, 2019

Gambar 3. Jenis Kelamin Responden



Sumber: data diolah, 2019

Gambar 4. Tingkat Pendidikan Responden



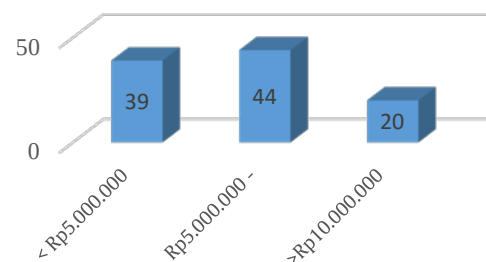
Sumber: data diolah, 2019

Gambar 5. Jenis Pekerjaan Responden

berpendidikan Strata 2, dan 1 orang berpendidikan lainnya. Tingkat pendidikan responden disajikan dalam gambar 4.

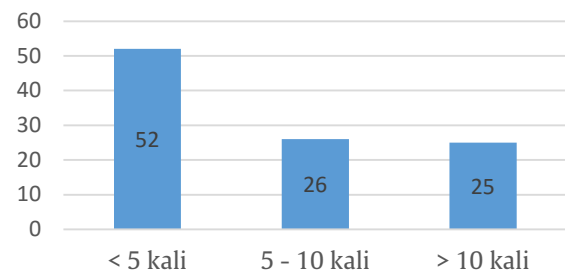
Berdasarkan distribusi berdasarkan pekerjaan responden diperoleh data bahwa 39 orang responden pekerjaan TNI/POLRI/PNS, 27 orang pekerjaan pegawai swasta, 21 orang wiraswasta, dan 16 orang pekerjaan lain-lain. Distribusi pekerjaan responden disajikan pada gambar 5.

Berdasarkan kuesioner diperoleh data bahwa responden berpendapatan kurang dari Rp. 5 juta sebanyak 39 orang, pendapatan Rp. 5 juta – 10 juta sebanyak 44 orang, dan 20 orang dengan pendapatan diatas Rp. 10 juta. Rincian karakteristik penumpang berdasarkan pendapatan disajikan pada gambar 6. Untuk data frekuensi penerbangan dalam 1 tahun, diketahui bahwa terdapat 52 orang melakukan perjalanan kurang dari 5 kali dalam setahun, 26 orang melakukan perjalanan antara dari 5 kali sampai 10 kali dalam setahun, dan 25 orang melakukan



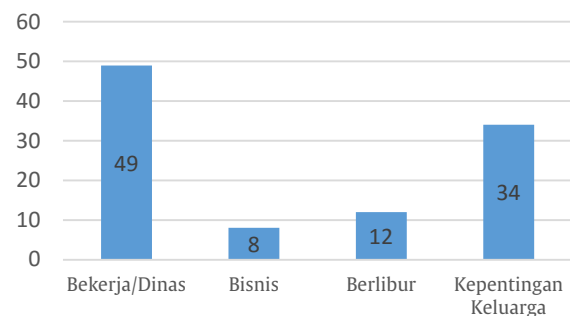
Sumber: data diolah, 2019

Gambar 6. Pendapatan Responden



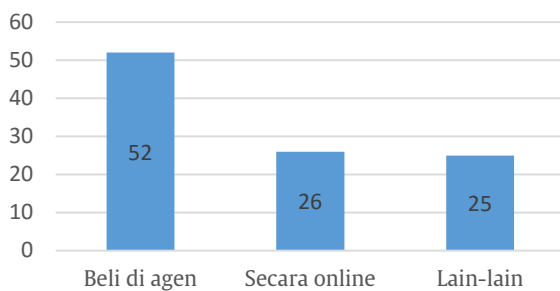
Sumber: data diolah, 2019

Gambar 7. Frekuensi Perjalanan Responden Dalam Setahun



Sumber: data diolah, 2019

Gambar 8. Keperluan Perjalanan



Sumber: data diolah, 2019

Gambar 9. Cara mendapatkan Tiket

perjalanan lebih dari 10 kali dalam setahun. Rincian frekuensi penerbangan dalam setahun responden disajikan pada gambar 7.

Dari data tujuan perjalanan diketahui bahwa 49 orang melakukan perjalanan untuk kepentingan dinas/bekerja, 8 orang melakukan perjalanan bisnis, 12 orang melakukan perjalanan wisata/liburan, dan 34 orang melakukan perjalanan keperluan keluarga. Rincian data karakteristik tujuan perjalanan responden disajikan pada gambar 8. Sedangkan dari cara mendapatkan tiket, diketahui bahwa sebanyak 52 orang melalui agen travel, 26 orang secara online, dan 25 orang dengan cara lain-lain. Rincian data karakteristik cara mendapatkan tiket pesawat disajikan pada gambar 9.

Berdasarkan gambar 2 sampai gambar 8, dapat diketahui bahwa karakteristik penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung paling banyak berjenis kelamin pria, berpendidikan SMA, mempunyai pekerjaan swasta/BUMN, berpenghasilan antara 3

Tabel 1. Uji Validitas Pada Instrumen Variabel Kualitas layanan (X_1), Nilai pelanggan (X_2) Dan Loyalitas penumpang (Y)

Variabel	Koefisien Korelasi Pearson	Ket.
Kualitas Pelayanan (X_1)		
KL1	0,696**	Valid
KL2	0,704**	Valid
KL3	0,758**	Valid
KL4	0,720**	Valid
KL5	0,708**	Valid
KL6	0,561**	Valid
KL7	0,800**	Valid
KL8	0,824**	Valid
KL9	0,656**	Valid
Nilai Pelanggan (X_2)		
NP1	0,618**	Valid
NP2	0,780**	Valid
NP3	0,873**	Valid
NP4	0,787**	Valid
Loyalitas Penumpang (Y)		
LP1	0,926**	Valid
LP2	0,936**	Valid
LP3	0,909**	Valid
LP4	0,875**	Valid

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber: data primer diolah, output SPSS 23, 2019

Tabel 2. Uji Reliabilitas Pada Variabel Kualitas layanan, Nilai pelanggan dan Loyalitas penumpang Penerbangan

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
Kualitas Layanan (X_1)		
KL1	0,865	Andal
KL2	0,866	Andal
KL3	0,859	Andal
KL4	0,863	Andal
KL5	0,864	Andal
KL6	0,881	Andal
KL7	0,854	Andal
KL8	0,851	Andal
KL9	0,870	Andal
Nilai pelanggan (X_2)		
NP1	0,791	Andal
NP2	0,694	Andal
NP3	0,628	Andal
NP4	0,708	Andal
Loyalitas Penumpang (Y)		
LP1	0,908	Andal
LP2	0,893	Andal
LP3	0,907	Andal
LP4	0,923	Andal

Sumber: data primer diolah, output SPSS 23, 2019

sampai 5 juta, dengan frekuensi perjalanan kurang dari 5 kali dalam setahun, perjalanan dalam rangka bisnis, dan mendapatkan tiket secara *online*.

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Tabel 1 menyajikan uji validitas pada instrumen Variabel Kualitas layanan (X_1), Nilai pelanggan (X_2) dan Loyalitas penumpang penerbangan Garuda Indonesia (Y) rute Lampung-Jakarta.

Berdasarkan hasil uji validitas dengan korelasi Pearson yang disajikan pada tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel X_1 , X_2 , dan Y semua instrumennya mempunyai nilai koefisien korelasi Pearson antara 0,561 sampai 0,936. Semua item tersebut signifikan pada level 1%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua instrumen valid digunakan dalam penelitian. Tabel 2 menyajikan hasil pengolahan data uji reliabilitas dengan program SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk variabel X_1 , di atas 0,800 sedangkan nilai *Alpha Cronbach* X_2 , antara 0,628 sampai 0,791 dan nilai *Alpha Cronbach* Y di atas 0,900. Hal ini berarti semua instrumen variabel X_1 , X_2 dan Y adalah andal untuk digunakan dalam penelitian.

3.3. Uji Asumsi Klasik

Terdapat 4 uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas dan autokorelasi. Uji Multikolinearitas, dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22. Uji ini menggunakan besaran *tolerance* (a) dan *variance inflation factor* (VIF), dengan nilai $\alpha/\text{tolerance} = 10\%$ atau 0,1 maka nilai VIF adalah sebesar 10. Tabel 3 menyajikan hasil uji

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	KP_TOTAL	0,712	1,405
	N_TOTAL	0,712	1,405

a. Dependent Variable: LP_TOTAL

Sumber: data primer diolah, output SPSS 23, 2019

multikolinearitas dengan bantuan program SPSS versi 23.

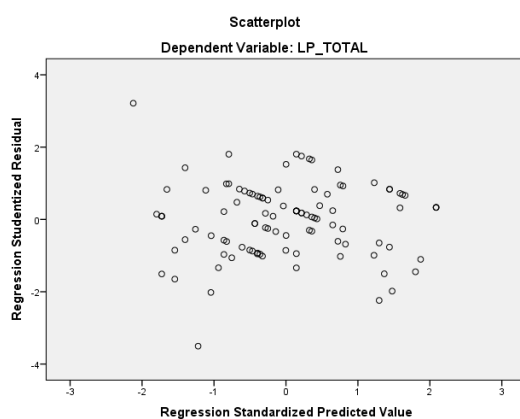
Berdasarkan hasil output spss pada tabel 3, diketahui bahwa nilai VIF hitung LP = 1.405 dan VIF hitung N = 1.405 kedua nilai VIF tersebut < 10. Semua *tolerance* variabel bebas bernilai (0,712 = 72%), nilai tersebut di atas 10%, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dapat diketahui dari scatterplot hasil pengolahan dalam program SPSS yang disajikan pada gambar 10.

Berdasarkan hasil output spss dalam gambar 10 *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas serta di bawah sumbu y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan histogram dan normal P-P Plot hasil pengolahan program SPSS yang disajikan pada gambar 11 dan 12.

Berdasarkan hasil output spss dalam gambar 11 dan 12 diketahui garis kurva normal, berarti data yang diteliti tersebut berdistribusi normal. Dalam *normal probability plots* menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal, hal ini berarti data penelitian berdistribusi normal. Uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-watson pada program SPSS. Tabel 4 menyajikan hasil uji autokorelasi.

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4 dapat diketahui nilai Durbin Watson *test* sebesar 1,788. Nilai DW berada diantara -2 dan +2, hal ini berarti



Sumber: data primer diolah, output SPSS, 2019

Gambar 10. Gambar *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,608 ^a	0,370	0,358	2,5562	1,788

a. Predictors: (Constant), N_TOTAL, KP_TOTAL

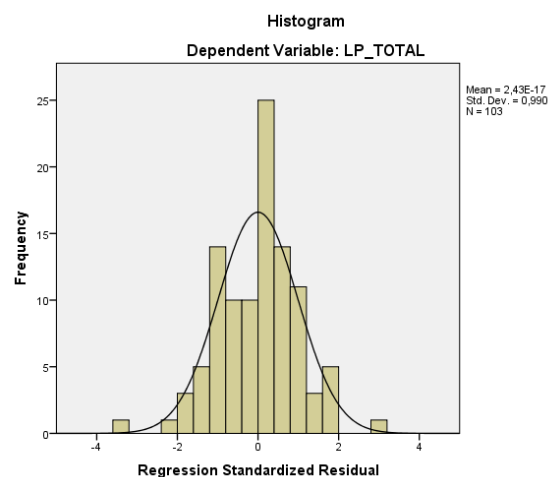
b. Dependent Variable: LP_TOTAL

Sumber: output SPSS, 2019

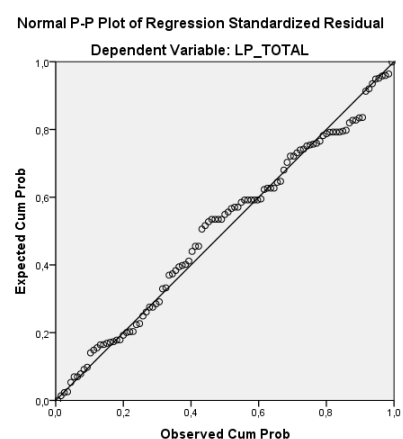
tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan 4 (empat) uji asumsi klasik tersebut diketahui bahwa analisis jalur dapat digunakan untuk menguji kontribusi kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap loyalitas penumpang (Y).

3.4. Analisis Jalur

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai korelasi positif signifikan dengan nilai pelanggan dan loyalitas penumpang. Nilai pelanggan juga mempunyai korelasi positif signifikan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas



Sumber: data primer diolah, output SPSS 23, 2019

Gambar 11. Gambar *Histogram* Uji Multikolinearitas

Sumber: data primer diolah, output SPSS 23, 2019

Gambar 12. Gambar *Normal P-P Plot* Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Koefisien korelasi dan regresi SPSS versi 23

		Kualitas Pelayanan	Nilai Pelanggan	Loyalitas Penumpang
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	0,537**	0,472**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	103	103	103
Nilai Pelanggan	Pearson Correlation	0,537**	1	0,577**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	103	103	103
Loyalitas Penumpang	Pearson Correlation	0,472**	0,577**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	103	103	103

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS 23, 2019

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	383,958	2	191,979	29,382	0,000 ^b
Residual	653,401	100	6,534		
Total	1037,359	102			

a. Dependent Variable: LP_TOTAL

b. Predictors: (Constant), N_TOTAL, KP_TOTAL

Sumber : output SPSS 23, 2019

Tabel 7. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 ^a	,370	,358	2,5562

a. Predictors: (Constant), N_TOTAL, KP_TOTAL

b. Dependent Variable: LP_TOTAL

Sumber: data primer, output SPSS 23, 2019

penumpang. Analisis jalur dalam penelitian ini dilakukan dengan uji secara bersama (simultan) dan individual (parsial). Uji simultan (uji F) pada model regresi linear digunakan untuk pengujian hipotesis ketiga (H_3) yaitu pengujian kontribusi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama (simultan) terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Hasil uji simultan (uji F) dalam penelitian ini disajikan pada tabel 6.

Berdasarkan data dari tabel 6 uji F (Anova) diketahui bahwa nilai F sebesar 29,382. Nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000. Oleh karena nilai sig < 0,05 maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a (H_3) diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama berpengaruh terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Tabel 7 menyajikan model summary X_1 dan X_2 terhadap loyalitas penumpang (Y). Tabel ini menyajikan nilai R square persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data/output SPSS pada tabel 7 diketahui bahwa nilai

R square atau ($R^2_{yx_1x_2}$) sebesar 0,370. Besarnya nilai $p_{ye2} = 1 - R^2_{yx_1x_2}$.

$$\rightarrow 1 - (0,370) = 0,630.$$

Hal ini dapat diartikan bahwa kontribusi kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) secara simultan yang langsung mempengaruhi loyalitas penumpang (Y) Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung adalah sebesar $R^2_{yx_1x_2} = 0,370 = 37\%$, sedangkan sisanya sebesar 63% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini. *Coefficients* variabel X_1 dan X_2 terhadap loyalitas penumpang (Y) disajikan pada tabel 8.

Berdasarkan hasil dalam tabel 8, maka kerangka hubungan kausal empiris antara X_1 dan X_2 terhadap Y dapat disusun melalui persamaan sebagai berikut:

$$Y = p_{yx_1} X_1 + p_{yx_2} X_2 + p_y \varepsilon_2$$

$$Y = 0,227 X_1 + 0,456 X_2 + \varepsilon_2$$

Pengujian secara individual X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y

a) Kualitas pelayanan berkontribusi terhadap loyalitas penumpang

Tabel 8. Koefisien Masing-Masing Variabel Penelitian

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	0,334	1,981		,169	,867
KP_TOTAL	0,139	,058	,227	2,413	,018
N_TOTAL	0,629	,130	,456	4,842	,000

a. Dependent Variable: LP_TOTAL

Sumber: output SPSS 23, 2019

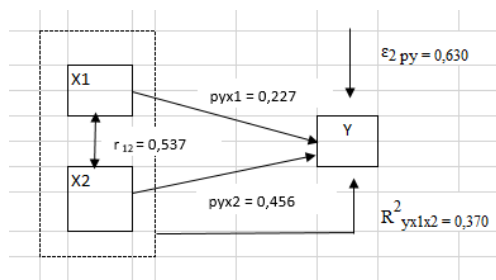
Berdasarkan tabel 8 diketahui nilai beta *coefficients* jalur kualitas pelayanan (pyx_1) sebesar 0,227. Pada kolom *sig* (signifikan) diketahui sebesar 0,018. Nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,05 > 0,018$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti koefisien analisis jalur adalah signifikan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penumpang.

b) Nilai pelanggan berkontribusi terhadap loyalitas penumpang

Uji secara individual ditunjukkan dalam tabel 8 *coefficients* diatas diketahui bahwa koefisien jalur nilai pelanggan (pyx_2) sebesar 0,456. Berdasarkan tabel *coefficients* di atas kolom *sig* (signifikan) nilai pelanggan, diketahui sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,05 > 0,000$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti koefisien analisis jalur nilai pelanggan adalah signifikan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima sehingga dapat diartikan bahwa nilai pelanggan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penumpang.

Gambar 13 menyajikan diagram jalur hubungan kausal empiris kualitas pelayanan (X_1) dan Nilai pelanggan (X_2) terhadap loyalitas penumpang (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur hubungan kausal empiris kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang, dapat memberikan penjelasan berupa: 1) kontribusi kualitas pelayanan (X_1) yang secara langsung



Gambar 13. Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Kualitas Pelayanan (X_1) dan Nilai Pelanggan (X_2) Terhadap Loyalitas penumpang (Y)

berkontribusi terhadap pada loyalitas penumpang (Y) sebesar $0,227^2 = 0,0515$ atau 5,15 %. 2) kontribusi nilai pelanggan (X_2) yang secara langsung berkontribusi terhadap loyalitas penumpang (Y) sebesar $0,456^2 = 0,2079$ atau 20,79 %. 3) kontribusi kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) secara langsung bersama-sama berkontribusi terhadap loyalitas penumpang (Y) sebesar $R^2 \text{ square} = 0,370 = 37\%$, sisanya sebesar $0,630 = 63\%$ dipengaruhi faktor faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian.

Besarnya kontribusi kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi loyalitas penumpang (Y) disajikan dalam tabel 9.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima, kualitas layanan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang penerbangan Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Hal ini menunjukkan hubungan antara kualitas layanan searah dengan loyalitas penumpang penerbangan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dilakukan oleh maskapai penerbangan maka loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wendha [13], yang menyatakan bahwa 1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, 2) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dan 3) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar [13]. Sebaliknya hasil penelitian ini tidak dapat mengkonfirmasi hasil penelitian Umar [14] yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak

Tabel 9. Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung, Pengaruh Total dan Pengaruh Bersama Kualitas Pelayanan (X_1) dan Nilai Pelanggan (X_2) Mempengaruhi Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Penumpang (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		Pengaruh Bersama (R^2_{yx1x2})
		Langsung	Total	
X_1	0,227	0,227	5,15%	-
X_2	0,456	0,495	20,79%	-
ε	0,630	0,630	63%	-
X_1 dan X_2	-	-	-	37%

Sumber data: data primer diolah, 2019

mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian Umar [14] dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas menggunakan analisis SEM, dengan 300 responden pengguna penerbangan *Low Cost Carrier* di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta. Dalam penelitian tersebut digunakan 20 item variabel kualitas pelayanan dan 3 item variabel loyalitas pelanggan [14].

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik statistika untuk analisis multivariat bivariabel indikator, laten, dan kekeliruan pengukuran variabel. Model ini dapat digunakan untuk menguji apakah teori-teori yang diusulkan sesuai dengan model-model empirisnya [15]. Metode SEM merupakan teknik analisis multivariat yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model-model analisis yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistik seperti analisis regresi, analisis jalur, dan analisis faktor konfirmatori [15].

Selanjutnya, hipotesis kedua (H_2) diterima, artinya nilai pelanggan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang penerbangan Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan antara nilai pelanggan yang searah dengan loyalitas penumpang penerbangan. Hal ini berarti semakin ekonomis (terjangkau) nilai pelanggan yang diberikan oleh maskapai penerbangan maka loyalitas penumpang penerbangan Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Soegoto yang menyatakan bahwa secara bersama-sama dan secara parsial persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa PT Pandu Dana Utama Express Manado [16]. Namun demikian, penelitian ini tidak dapat mengkonfirmasi penelitian Yulisetiarni yang menyatakan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian tersebut membuktikan taraf signifikansi nilai pelanggan sebesar $0,214 > 0,05$ lebih besar dari taraf signifikan 5%. Hal tersebut berarti nilai pelanggan tidak memengaruhi loyalitas konsumen karena konsumen tidak merasakan nilai tambah dari menggunakan KA Sri Tanjung [17].

Oleh karena H_1 dan H_2 diterima maka penelitian ini berhasil mengkonfirmasi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusuma [6], Panjaitan dan Yuliati [3], Harjati dan Venesia [1], Ratnasari [9], Marina [7], Wendha [13], Soegoto [16], dan Purwandari [8]. Hal ini berarti kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung.

4. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan menemukan bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan memiliki nilai t hitung sebesar 3,987 dan 5,518 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari taraf nyata 5%) sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas layanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap loyalitas penumpang penerbangan (Y). Nilai koefisien β kualitas layanan dan nilai pelanggan sebesar 0.371 dan 1.020. Nilai F hitung sebesar 78,508 dengan signifikansi p -value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf nyata 5% (dengan tingkat kepercayaan 95%) diketahui terdapat kontribusi bersama-sama yang signifikan antara variabel kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia. Nilai R square adalah 0.370, hal ini berarti sebesar 37% kualitas layanan dan nilai pelanggan berkontribusi secara bersama-sama terhadap loyalitas penumpang, sedangkan sisanya sebesar 63% disebabkan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan hal-hal sebagai berikut: (1) kualitas layanan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang, (2) nilai pelanggan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang penerbangan Garuda Indonesia dan (3) kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama (simultan) berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. Untuk dapat menyempurnakan penelitian ini, maka penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan variabel kepuasan penumpang sebagai variabel moderasi, menambahkan jumlah sampel, dan menggunakan metode SEM untuk analisis data penelitian.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Pusat Litbang Transportasi Udara atas perkenan dan arahan dalam penyelesaian penelitian, Kepala Bandar Udara Radin Inten II Lampung atas perkenan ijin melakukan pengambilan sampel penelitian, serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penyelesaian penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] L. Harjati and Y. Venesia, " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala," E-Journal WIDYA Ekonomika, vol. 1, 2015.
- [2] R. Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: CV. Alfabeta, 2015.
- [3] J. E. Panjaitan and A. Lili Yuliati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE

- Cabang Bandung," *DeReMa Jurnal Manajemen*, vol. 11 no. 2, 2016.
- [4] A. U. Iksari, S. Suryoko and S. Nurseto, "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Penumpang KA Kaligung Mas Di Stasiun Poncol Semarang)," *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, pp. 1-8, 2013.
- [5] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2009.
- [6] E. Candra Kusuma, "Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 5 no 1, pp. 42-50, 2018.
- [7] S. Marina, A. Darmawati and I. Setiawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas penumpang pada Perusahaan Penerbangan Full Service Airlines," *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, vol. 1 no 2, 2014.
- [8] E. Purwandari, "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Penelitian Pada Penumpang Garuda Indonesia Airways)," 2005. [Online]. Available: www.repository.unair.ac.id.
- [9] S. Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Pelanggan PT. Mitra Intertrans Forwarding Cabang Palu," *e-Jurnal Katalogis*, vol. 3 no 1, pp. 116-120, 2015.
- [10] Riduan and E. Achmad Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- [11] D. Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- [13] A. Ayu Atika Paramitha Wendha, I. Ketut Rahyuda and I. Gst Agung Ketut Gede Suasana, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar," *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, vol. 7 no 1, pp. 19-28, 2013.
- [14] H. Umar, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas penumpang pada Penerbangan Low Cost Carrier," *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, vol. 01 no 02, 2014.
- [15] H. Sarjono and W. Julianita, *SEM (Structural Equation Model), Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- [16] A. Supandi Soegoto, "Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas," *Jurnal EMBA*, vol. 01 no 03, pp. 1271-1283, 2013.
- [17] D. Yulisetiarni, K. Indraningrat and H. Hijriah, "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga dan Kepercayaan," in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis ke-3*, Jember, 2018.