

Analisis Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta

Elang Panca

Prodi D-IV Manajemen Transportasi Udara, Jenjang Sarjana, Program Diploma IV,
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
180109536@students.sttkd.ac.id

ABSTRACT

Customer satisfaction is one of the targets that must be met by a company, especially a company engaged in services, how to get satisfaction customer is to improve the quality of service. This study aims to determine passenger satisfaction with the service quality of the Garuda Indonesia airline and the service quality attributes that can be developed by the Garuda Indonesia airline at Yogyakarta International Airport. This study uses a quantitative research design with a sample of Garuda Indonesia airline passengers. The data source sample was selected using purposive sampling which is included in non-probability sampling. The researcher used a questionnaire for the research instrument and required a sample of 100 respondents. The results of data collection will be processed using SPSS to obtain results. The results showed that, Garuda Indonesia airline passengers at Yogyakarta International Airport were satisfied with the quality of service provided by the airline, but there were still gaps based on the results of the gap analysis in the service quality of Garuda Indonesia Airlines at Yogyakarta International Airport was negative (-), i.e. -0, 11, it shows that the services provided by Garuda Indonesia Airlines at Yogyakarta International Airport have not fully met customer expectations, the attributes contained in quadrant A are considered very important by passengers but the quality of service provided is not appropriate, namely on the Empathy Dimension, the 21st attribute Garuda Indonesia should prioritize the best interests of passengers.

Keywords: performance, check-in counter officers, passenger satisfaction, Garuda Indonesia

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu target yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan terutama perusahaan yang bergerak pada bidang layanan jasa, cara dalam mendapatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia dan atribut kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan sampel penumpang Maskapai Garuda Indonesia. Sampel sumber data dipilih dengan menggunakan purposive sampling yang termasuk kedalam non probability sampling. Peneliti menggunakan kuesioner untuk instrument penelitian dan membutuhkan sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari pengumpulan data akan diolah menggunakan SPSS untuk mendapatkan hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak maskapai, namun masih terdapat kesenjangan berdasarkan hasil analisis kesenjangan (gap) kualitas pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta bernilai negatif (-), yaitu -0, 11 hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, atribut yang terdapat pada kuadran A dianggap sangat penting oleh penumpang akan tetapi kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai, yaitu pada Dimensi Emphaty

pada atribut ke-21 Maskapai Garuda Indonesia seharusnya mengutamakan kepentingan terbaik penumpang.

Kata Kunci: kinerja, petugas check-in counter, kepuasan penumpang, Garuda Indonesia.

PENDAHULUAN

Perusahaan penerbangan adalah suatu perusahaan yang menghasilkan produk jasa transportasi udara dari daerah satu ke daerah yang lain bagi para penumpang yang merupakan konsumen dari perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan konsumen perusahaan melakukan kegiatan pemasaran agar jasa yang ditawarkan dapat terjual sesuai dengan harapan perusahaan. Pentingnya pemasaran dalam perusahaan jasa penerbangan adalah karena sebagai ujung tombak agar mendapatkan keuntungan dari para calon penumpang dan tetap mempertahankan konsistensi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggan, memberikan dasar yang baik untuk pembelian jasa kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan timbul kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang sudah ditentukan karena jasa yang diterima sangat baik. Seperti halnya dengan perusahaan yang sejenis mengungguli dan saling mengembangkan hasil produk dengan harapan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Untuk menghadapi masalah disaat pandemi COVID - 19 di saat seperti ini yaitu meningkatkan usaha di bidang pemasaran. Salah satu tindakan pemasaran guna mendapatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (service) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan. Untuk mengetahui perusahaan memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumen.

Relokasi Bandar Udara baru di Yogyakarta yang berawal di Bandar Udara Adi Soetjipto dialihkan ke Bandar Udara Internasional Yogyakarta maka dari itu maskapai Garuda Indonesia membuka penerbangan dari dan menuju Yogyakarta ke beberapa wilayah Indonesia. Dengan permintaan konsumen transportasi udara yang meningkat di wilayah Yogyakarta membuat maskapai Garuda Indonesia berupaya menarik konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Rumusan masalah yang diambil pada penelitian ini Apakah penumpang sudah puas terhadap kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia di Bandar

Udara Internasional Yogyakarta? Dan Apa saja atribut kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia dan atribut kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta.

LANDASAN TEORI

Landasan teori ini menjabarkan teori yang mendukung perumusan hipotesis, landasan teori dalam penelitian ini adalah kepuasan penumpang, kualitas pelayanan, teori servqual dan teori IPA (Importance Performance Analysis).

Kepuasan Penumpang

Menurut Kotler (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Selanjutnya, Gunawan Adisaputro (2010) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan yang dihubungkan dengan harapannya. Untuk menghadapi persaingan salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan dalam Handi Irawan (2007), sebagai berikut:

a. Kualitas Produk.

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut yang memiliki kualitas produk atau jasa baik.

b. Harga.

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas produk atau jasa yang baik.

c. Kualitas Pelayanan.

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari karyawan perusahaan.

d. Emosi.

Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merk produk tertentu.

e. Biaya.

Dengan kemudahan mendapatkan produk atau jasa, kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014), definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Pada model celah penyampaian layanan, persepsi kepuasan layanan yang lebih tinggi atau sama dengan ekspektasi pelanggan menandakan kualitas layanan memuaskan; persepsi kepuasan yang lebih rendah dari ekspektasi pelanggan mengakibatkan kualitas layanan tidak memuaskan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985, 1988).

Untuk mengukur kualitas pelayanan dapat ditentukan berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et al (1988) sebagai berikut :

- a. Keandalan (Reliability) yaitu kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk bekerja sesuai dengan yang dijanjikan,
- b. Sensitivitas memberikan tanggapan atau daya tanggap (Responsiveness) yaitu ketersediaan penyedia jasa untuk membantu konsumennya mencari cara penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak,
- c. Kepastian atau Jaminan (Assurance) yaitu pengetahuan, kesopansantunan atau rasa hormat dari para personil penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa. Kepastian seperti ini timbul jika pengguna jasa meyakini kemampuan teknis dan fungsional dari personil penyedia jasa yang bila perlu dibuktikan dengan sertifikasi mereka serta kompetensi mereka menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna jasa. Untuk keperluan itu manajemen juga perlu melatih dan update pengetahuan dan kemampuan teknis para penyedia jasa,
- d. Empati (Emphaty) yaitu selalu memberikan perhatian secara khusus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen,
- e. Bukti fisik (Tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal,

Penampilan dan kemampuan sarana maupun prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal itu akan mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan memilih penyedia jasa yang digunakan.

Teori Servqual

Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode servqual, yaitu istilah dari service quality yang telah dikembangkan oleh pasuraman, zethaml dan berry (1990). Servqual dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyaji layanan dan harapan pelanggan. Apabila persepsi lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan apabila persepsi kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu. Servqual ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis permasalahan kualitas dan menelaah cara – cara meningkatkan kualitas jasa. Pengukuran kualitas jasa sangat penting untuk mengetahui posisi kualitas dari perusahaan tersebut. Dalam pengukuran tingkat kualitas jasa menurut model ini adalah dengan cara mengukur gap yang terjadi antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Berikut ini 5 kesenjangan kualitas layanan yang memberikan dampak terhadap kualitas pelayanan, serta dapat mengurangi kualitas pelayanan menurut pasuraman yaitu sebagai berikut:

1. Knowledge Gap (Gap 1), Apa yang diinginkan pelanggan tidak selalu dipahami oleh pihak manajemen pada suatu perusahaan.
2. Standards Gap (Gap 2), Manajemen kemungkinan benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak dalam menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Delivery Gap (Gap 3), Karyawan pada umumnya tidak terlatih secara baik atau bekerja melampaui batas dan tidak mampu untuk tidak bersedia memenuhi standar atau dihadapkan pada standar yang berlawanan.
4. Communication Gap (Gap 4), Janji-janji yang diberikan oleh perusahaan, melalui media iklan tidak sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.
5. Service Gap (Gap 5), Konsumen mengukur dengan cara yang berbeda suatu kinerja perusahaan atau bisa juga keliru dalam mempersepsikan mengenai kualitas jasa tersebut.

Servqual ini terdiri atas 2 bagian, yaitu :

- a. Bagian harapan yang berisi pertanyaan untuk mengetahui harapan umum dari konsumen atau pelanggan yang berkaitan dengan jasa.
- b. Bagian persepsi yang berisi pertanyaan yang sama dengan bagian harapan untuk mengukur penilaian konsumen atau pelanggan terhadap perusahaan yang diteliti.

Teori IPA (Importance Performance Analysis).

Konsep IPA (Importance Performance Analysis) yang sebenarnya berasal dari satisfaction quality. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan kualitas yang baik. Metode ini menggunakan 2 model variabel yaitu ekspektasi dan perceived performance. Ekspektasi adalah harapan dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan perceived atau persepsi adalah persepsi pelanggan terhadap penampilan, kinerja dari produk. Dengan menggunakan metode IPA ini, perusahaan akan mengetahui sejauh mana pencapaiannya, dan mengetahui hal apa saja yang sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan. Analisis IPA berfungsi untuk mengidentifikasi lebih dalam terkait persepsi pelanggan terhadap seluruh dimensi dari Servqual.

Untuk melihat posisi pemetaan, atribut atribut yang dianalisa dibagi menjadi 4 bagian dalam Analisis Kuadran, yaitu:

Kuadran A: Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen perlu mendapatkan prioritas yang lebih, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting menurut konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaan kinerjanya masih belum memuaskan.

Kuadran B: Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen perlu dipertahankan karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

Kuadran C: Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai kurang penting bagi konsumen sedangkan kualitas kinerjanya dinilai cukup.

Kuadran D: Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali sehingga sangat memuaskan. Keempat kuadran tersebut dapat digambarkan seperti berikut:

METODE PENELITIAN

High	Concentrate here	Keep up the good work
	I	II
Importance	Low priority	Possible overkill
Low	III	IV
	Low	High
	Performance	

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini penulis ingin menggunakan rancangan pendekatan penelitian dalam bentuk survey dimana memanfaatkan kuesioner menjadi alat untuk mengumpulkan data. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2021 di bandar udara internasional Yogyakarta (YIA) yang terletak di Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah penumpang maskapai Garuda Indonesia, Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai Garuda Indonesia pada periode April 2020 – April 2021 Penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan Teknik non probability sampling, menurut Sugiyono (2013) non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini juga menggunakan purposive sampling, menurut Sugiyono (2013) purposive sampling adalah Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 100 responden yaitu penumpang Garuda Indonesia pada periode April 2020-April 2021, dokumentasi, dan studi pustaka untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti, seperti jurnal dan skripsi terdahulu.

Instrumen Penelitian

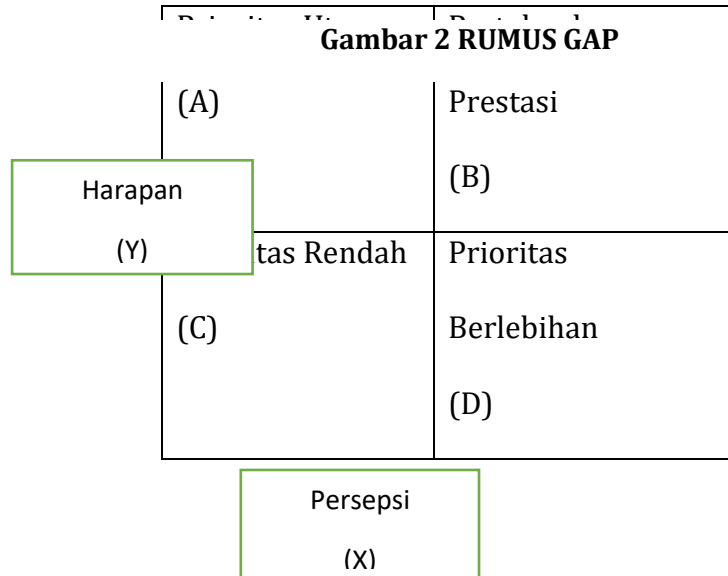
Dalam penelitian ini variabel harapan atau ekspektasi penumpang merupakan hal apa saja yang menjadi harapan penumpang, sedang variabel kualitas adalah hal yang dirasakan oleh penumpang Garuda Indonesia. Untuk operasionalisasinya variable dikembangkan menjadi kuesioner.

Tabel 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ket
Kualitas pelayanan (Ekspektasi dan Persepsi)	1.Tangibles (bukti fisik)	1. Fasilitas fisik 2. Peralatan 3. Penampilan personel	1,2,3,4
	2.Reliability	Kemampuan melakukan layanan yang dijanjikan dengan layanan yang andal	5,6,7,8,9
	3.Responsivness	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.	10,11,12,13
	4. Assurance	Pengetahuan, kesopanan, karyawan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan.	14,15,16,17
	5. Empaty	Perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan.	18,19,20,21,22

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual dan *Importance Performance Analysis* (IPA), Metode Servqual ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Selanjutnya adalah memberi penilaian pada masing-masing bagian, baik bagian harapan maupun bagian persepsi yang dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Hasil penilaian responden kemudian dihitung selisihnya, untuk mengetahui nilai *Service Quality* nya. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.



Gambar 3 DIAGRAM KARTESIUS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. Dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, *servqual* dan IPA (*Importance Performance Analysis*) menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat pengolahan data. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* langsung kepada 100 responden yaitu penumpang yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta (YIA).

Tabel 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan	Indikator	CITC	Keterangan
----------	----------------	------------	-----------	------	------------

Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. Dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, *servqual* dan IPA (*Importance Performance Analysis*) menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat pengolahan data. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* langsung kepada 100 responden yaitu penumpang yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta (YIA).

Uji Instrumen

Pengujian instrumen ini dilakukan dengan menghitung validitas dari setiap pernyataan dalam kuesioner, dan menghitung reliabilitas dari setiap variabel.

			P1	0,593	Valid
			2	0,538	Valid
			3	0,651	Valid
			4	0,625	Valid
			5	0,710	Valid
			6	0,766	Valid
			7	0,685	Valid
			8	0,678	Valid
			9	0,712	Valid
			10	0,743	Valid
Persasi Variabel	0,940 Cronbach Alpha	Reliabel Keterangan	Indikator	0,799	Valid
			12	0,739	Valid
			13	0,743	Valid
			14	0,762	Valid
			15	0,568	Valid
			16	0,748	Valid
			17	0,709	Valid
			18	0,609	Valid
			19	0,648	Valid
			20	0,736	Valid
			21	0,562	Valid
			22	0,461	Valid
Harapan	0,890	Reliabel	11	0,743	Valid
			12	0,609	Valid
			13	0,683	Valid
			14	0,558	Valid
			15	0,582	Valid

		16	0,587	Valid
		17	0,542	Valid
		18	0,515	Valid
		19	0,472	Valid
		20	0,583	Valid
		21	0,690	Valid
		22	0,502	Valid

Tabel 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harapan

Sumber: Peneliti 2022

Standar untuk dikatakan valid adalah apabila masing-masing indikator memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation (CITC) atau r hitung lebih besar dari 0,1654. Angka 0,1654 adalah nilai r tabel untuk uji satu arah dengan tingkat signifikansi (α) 5%, dengan rumus df -nya adalah $df = N-2$. Jadi dengan jumlah responden sebanyak 100 maka df adalah 98 didapat r tabel 0,1654. Untuk syarat reliabel dari variabel penelitian adalah bila nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,600

Sumber: Peneliti 2022

Standar untuk dikatakan valid adalah apabila masing-masing indikator memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation (CITC) atau r hitung lebih besar dari 0,1654. Angka 0,1654 adalah nilai r tabel untuk uji satu arah dengan tingkat signifikansi (α) 5%, dengan rumus df -nya adalah $df = N-2$. Jadi dengan jumlah

		<i>CUSTOMERS SATISFACTION PERFORMANCE</i>			
DIMENSI	VAR	PERSEPSI	HARAPAN	GAP	No. PRIORITAS

responden sebanyak 100 maka df adalah 98 didapat r tabel 0,1654. Untuk syarat reliabel dari variabel penelitian adalah bila nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,600.

Servqual

Metode ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan dari masing – masing dimensi, sehingga diperoleh nilai Gap yang merupakan nilai selisih antara persepsi penumpang dengan kualitas pelayanan yang diterima, sehingga dapat diketahui atribut mana yang perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya, ditampilkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Pengolahan Servqual

TANGIBLE	1	4.85	4.75	0.1	13
	2	4.79	4.76	0.03	8
	3	4.83	4.69	0.14	17
	4	4.6	4.6	0	4
RELIABILITY	5	4.75	4.64	0.11	14
	6	4.72	4.56	0.16	18
	7	4.7	4.67	0.03	9
	8	4.67	4.66	0.01	5
	9	4.76	4.64	0.12	16
RESPONSIVENESS	10	4.7	4.65	0.05	10
	11	4.56	4.54	0.02	7
	12	4.68	4.5	0.18	20
	13	4.33	4.38	-0.05	2
ASSURANCE	14	4.49	4.44	0.05	11
	15	4.75	4.55	0.2	21
	16	4.83	4.67	0.16	19
	17	4.72	4.63	0.09	12
EMPATHY	18	4.21	4.1	0.11	15
	19	3.77	3.88	-0.11	1
	20	4.11	4.15	-0.04	3
	21	4.6	4.21	0.39	22
	22	4.47	4.46	0.01	6

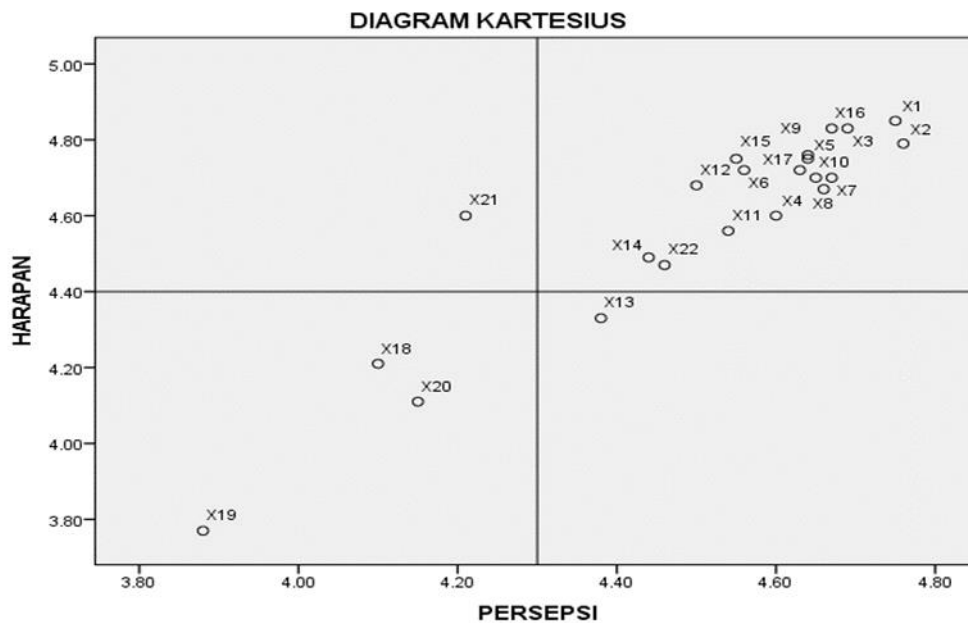
Sumber: Peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil dari perhitungan servqual, bahwa atribut Emphaty memiliki gap paling tinggi yaitu sebesar -0,11, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima penumpang Maskapai Garuda Indonesia kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan. Maka dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diberikan maskapai Garuda Indoensia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta (YIA) belum sesuai dengan harapan dan persepsi penumpang yaitu mengenai respon awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia dalam melayani dan membantu penumpang yang memiliki masalah.

IPA (Importance Performance Analysis)

Metode ini dimaksudkan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari harapan dan persepsi terkait dengan suatu atribut dan penilaian penumpang terhadap pelayanan penyedia jasa. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan harapan dan persepsi.

Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam Importance-Performance Matrix atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat



Gambar 4 Diagram Kartesius

Sumber: Peneliti 2022

kepentingan atau kepuasan konsumen . Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai pembatas tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah, dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:

Berdasarkan gambar 4 dapat diketahui bahwa atribut-atribut kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia sudah dikelompokkan berdasarkan tingkat kepentingan penumpang yang terbagi menjadi empat bagian yaitu, kuadran A, kuadran B, kuadran C dan kuadran D.

Kuadran A “Prioritas Utama” Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan. Atribut-atribut ini prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan. Perusahaan memprioritaskan untuk fokus memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran ini, dikarenakan kualitas kinerja pelayanannya tidak memuaskan. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kuadran A adalah sebagai berikut:

1. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya mengutamakan kepentingan terbaik penumpang.

Kuadran B, “Pertahankan Prestasi” Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya

sangat memuaskan. Pelanggan sangat puas. Perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kuadran B adalah sebagai berikut:

1. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya menyediakan hand sanitizer saat proses check-in di check-in counter.
2. Tempat duduk di pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya terlihat bersih, rapi, dan berjarak sesuai protokol kesehatan.
3. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya berpakaian rapi.
4. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya menyediakan hiburan dan makanan (untuk penerbangan di atas dua jam) dengan alat makan sekali pakai yang dipastikan terbungkus dengan baik dan higienis.
5. Ketika Maskapai Garuda Indonesia menjanjikan ketepatan waktu, maka penerbangan harus tepat waktu.
6. Ketika penumpang memiliki masalah, Maskapai Garuda Indonesia harus bersimpati dan membuat penumpang tenang.
7. Sebagai upaya pencegahan penyebaran COVID-19, Maskapai Garuda Indonesia harus dapat diandalkan untuk melakukan penyesuaian layanan inflight service sesuai dengan kebijakan pemerintah.
8. Maskapai Garuda Indonesia harus memberikan layanan "Indonesian Hospitality" (keramahmatan dan kekayaan budaya Indonesia) sesuai visi dan misi perusahaan.
9. Maskapai Garuda Indonesia harus memberikan informasi penerbangan yang akurat.
10. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya memberi tahu penumpang mengenai penyesuaian layanan inflight service secara tepat.
11. Mengharapkan layanan yang cepat dari awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya merupakan hal yang realitis bagi penumpang.
12. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia harus selalu bersedia membantu penumpang yang memiliki masalah.
13. Penumpang harus dapat mempercayai awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia.
14. Penumpang harus dapat merasa aman dalam melakukan perjalanan di masa pandemi menggunakan Maskapai Garuda Indonesia.
15. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia harus sopan.

16. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya menyediakan masker yang digunakan oleh awak pesawat agar dapat melakukan pelayanan di masa pandemi dengan aman.

17. Maskapai Garuda Indonesia seharusnya memiliki jam operasional (jadwal penerbangan) yang nyaman untuk semua penumpang.

Kuadran C, "Prioritas Rendah" Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kuadran C adalah sebagai berikut:

1. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya memberikan perhatian secara individual ke setiap penumpang.
2. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya memberikan perhatian pribadi ke setiap penumpang.
3. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya mengetahui apa yang penumpang butuhkan.

Kuadran D, "Berlebihan" Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan. Pelanggan sudah merasakan puas atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kuadran D adalah sebagai berikut:

1. Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya tidak terlalu sibuk sehingga dapat menanggapi permintaan penumpang dengan segera.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini dilakukan dengan menguji 22 atribut (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) dengan melakukan penyebaran kuesioner ke 100 penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta.

1. Apakah penumpang sudah puas terhadap kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta?

Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak maskapai Garuda Indonesia, namun masih terdapat kesenjangan berdasarkan hasil analisis kesenjangan (gap) menunjukkan tingkat kualitas pelayanan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta bernilai negatif (-). Dimana hasil uji kesenjangan (gap) antara persepsi penumpang dan ekspektasi penumpang memiliki nilai tertinggi yaitu -0,11 hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Hasil

penelitian ini menggunakan metode servqual menyebutkan bahwa terdapat tiga atribut yang memiliki nilai kesenjangan terbesar yaitu:

- a. Sensitifitas (Responsiveness) yaitu pada atribut ke-13 Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya tidak terlalu sibuk sehingga dapat menanggapi permintaan penumpang dengan segera.
 - b. Empati (Emphaty) yaitu pada atribut ke-19 Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya memberikan perhatian pribadi ke setiap penumpang dan pada atribut ke-20 Awak pesawat Maskapai Garuda Indonesia seharusnya mengetahui apa yang penumpang butuhkan.
2. Apa saja atribut kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta?

Berdasarkan hasil metode *Importance Performance Analysis* (IPA) atribut kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh maskapai Garuda Indonesia yaitu, atribut yang berada pada kuadran A, karena atribut yang terdapat pada kuadran A dianggap sangat penting oleh penumpang akan tetapi kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai, yaitu pada Dimensi *Emphaty* pada atribut ke-21 yaitu Maskapai Garuda Indonesia seharusnya mengutamakan kepentingan terbaik penumpang.

SARAN

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan diantaranya:

1. Untuk Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Yogyakarta, perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanan petugas dalam memberikan layanannya pada penumpang, agar penumpang merasakan pelayanan diberikan sesuai dengan ekspektasi penumpang.
2. Maskapai Garuda Indonesia dapat melakukan survey kepuasan penumpang terhadap layanan yang diberikan setiap bulanannya agar menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan maskapai Garuda Indonesia.
3. Penelitian yang telah dilakukan ini masih jauh dari sempurna. Banyak hal yang dapat dikembangkan dan diperbaiki dalam berbagai hal seperti penggunaan metode dan variable oleh karena itu disarankan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode dan variabel lainnya, agar pengukuran pada tingkat kualitas pelayanan maskapai Garuda Indonesia dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- A Amaral, G. (2013). Peraturan Menteri Perhubungan N0.PM 69 Tahn 2013. *Journal of Petrology*, 369(1), 1689–1699.
- Dephub, 2017. Pengertian Kebandarudaraan. <http://hubud.dephub.go.id/website/Bandara.php>. 20 Agustus 2021(19.00)
- Faizin, A., Koesoemawati, D. J., & Kriswardhana, W. (2017). Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Angkutan Perintis Kabupaten Jember. *Konferensi Nasional Teknik Sipil Dan Infrastruktur*, 1, 31–40.
- Garuda Indonesia, 2021. Garuda Indonesia Experience. Konsep Layanan - Garuda Indonesia (www.garuda-indonesia.com) 20 Agustus 2021(21.00)
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management*. United States of America. British Library
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* (64)1:12-40
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Ed. 2, Bandung : Alfabeta, CV.
- Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 68, 61–75. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.010>
- Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>