

Identifikasi Kepuasan Penumpang atas Implementasi Kualitas Layanan Perusahaan Penerbangan

Identification of Passenger Satisfaction for Airlines Service Quality

Lianna Wijaya ^{a,1}, Ridho Bramulya Ikhsan ^{b,2} Hartiwi Prabowo ^{c,3} Rini Kurnia Sari ^{d,4}

^{a,b,c,d} Management Department, BINUS Online Learning, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

¹ lianna.wijaya@binus.ac.id, ^{2*} ridho.bramulya.i@binus.ac.id, ³hartiwi2200@binus.ac.id, ⁴rini@binus.ac.id

*corresponding e-mail

This is an open access article under the terms of the **CC-BY-NC** license

ABSTRACT

The purpose of this study to examined the contribution of the dimensions airline service quality to build of passengers satisfaction who using LCC airlines in DKI Jakarta and identified the level satisfaction of passengers who using LCC airlines. The data collection using a questionnaire and distributed to 120 passengers who use LCC airlines in DKI Jakarta. The analysis used multiple linear regression and importance-performance matrix analysis. All data is valid, reliable and the best linear unbiased estimator tests is fit. Findings showed that, simultaneously and partially, dimensions of airline service quality had a significant impact on passenger satisfaction who using LCC airlines. The results of the importance-performance matrix, there are 6 attributes that require special treatments to create passenger satisfaction and only 3 attributes that are felt satisfied by passengers.

Keywords : *airlines service quality; satisfaction; importance-performance analysis; low cost carrier*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi dari dimensi kualitas layanan airlines dalam membentuk kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai LCC di Jakarta serta mengidentifikasi tingkat kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai berbasis LCC. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan disebar kepada 120 penumpang yang menggunakan maskapai LCC di DKI Jakarta. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda dan matrik *importance-performance analysis*. Semua data dinyatakan valid, reliabel dan memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh dimensi kualitas layanan airlines secara simultan dan parsial terhadap kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai LCC. Hasil matrik IPA, ada 6 atribut yang perlu mendapat perhatian khusus untuk menciptakan kepuasan penumpang dan hanya 3 atribut yang dipersepsikan puas oleh penumpang.

Kata kunci : *kualitas layanan airlines; kepuasan; importance-performance analysis; low cost carrier*

A. Pendahuluan

Industri penerbangan di Indonesia merupakan industri yang sangat kompetitif, di mana terdapat dua segmen jasa penerbangan yaitu maskapai berbasis *low cost carrier* (LCC) dan *full service carrier* (FSC). Saat ini, maskapai yang mengusung LCC terus

menunjukkan tren positif di tiga tahun terakhir, yang terlihat pada perkembangan jumlah penumpang dengan layanan *low cost carrier* setiap tahun mengalami peningkatan jika dibanding dengan penumpang yang menggunakan layanan *full service carrier* (FSC) (lihat Gambar 1)



Gambar 1 Perbandingan Jumlah Penumpang *Low Cost Carrier* dan *Full Service Carrier*
Sumber: Kementerian Pariwisata, 2018

Tingginya permintaan penumpang terhadap maskapai berbasis LCC, sering kali tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang diberikan. Penumpang merasa kecewa atas keterlambatan dan penundaan hingga pembatalan penerbangan. Hal ini jelas merugikan penumpang, meskipun secara konseptual maskapai berbasis LCC telah menghilangkan atau mengurangi fasilitas dan layanan yang diberikan. Schiffman and Kanuk (2004) telah menjelaskan bahwa strategi perusahaan tidak selalu berkaitan dengan usaha peningkatan jumlah konsumen, tetapi lebih dari bagaimana perusahaan mampu memelihara dan menjaga kepercayaan serta menimbulkan sikap positif terhadap pelanggannya dengan mengutamakan layanan atau *customer care* yang baik dan berkualitas.

Maskapai yang mengusung konsep LCC, kepuasan penumpang dan kualitas

layanan memiliki pengaruh yang signifikan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, akan menghasilkan tingkat kepuasan penumpang yang semakin tinggi. Sebaliknya, jika penumpang merasa tidak puas atas layanan yang diterima maka kecenderungan penumpang tidak akan menggunakan kembali dan beralih kepada maskapai lain serta mereka cenderung akan menceritakan hal negatif ke orang-orang yang mereka kenal (Ali, Dey, & Filieri, 2015).

Kualitas layanan berada di garis depan dari kepuasan pengguna jasa, terutama dalam industri jasa yaitu perbankan, rumah sakit, teknologi informasi, edukasi, kecantikan, dan penerbangan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diterima pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan

(Farooq, Salam, Fayolle, Jaafar, & Ayupp, 2018)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi dimensi kualitas layanan airlines berbasis LCC dalam membentuk kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai LCC serta mengidentifikasi tingkat kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai berbasis LCC.

1. Kualitas Layanan *Airline*

Kualitas layanan merupakan pelayanan yang didapat penumpang kemudian mereka melakukan perbandingan dengan berbagai harapan atas layanan yang diinginkan (Farooq et al., 2018). Kesan secara keseluruhan yang didapatkan oleh pelanggan terhadap perusahaan dan jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut juga merupakan bentuk dari kualitas layanan (Kos, Kukar-Kinney, & Vegelj, 2017). Oleh karena itu, kualitas layanan dipengaruhi oleh pelayanan yang diharapkan dan dibayangkan oleh konsumen. Jika pelayanan yang didapatkan sesuai dengan yang konsumen harapkan, outputnya adalah kualitas layanan yang memuaskan, dan sebaliknya jika pelayanan yang didapatkan di bawah harapan konsumen, maka kualitas pelayanannya tidak memuaskan (Hussain, Al Nasser, & Hussain, 2015).

Untuk mengevaluasi kualitas layanan biasanya menggunakan prosedur yang dinamakan SERVQUAL (Pakdil & Aydin, 2007; A Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; A. Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Ada 6 dimensi kualitas pelayanan airline, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, dan *communication* (Hussain et al., 2015).

- a. *Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan benar dan bertanggung jawab tanpa adanya kesalahan atau kelalaian yang terjadi.
- b. *Responsiveness* diartikan sebagai respon yang segera dalam melayani permintaan penumpang, ketulusan dalam membantu, dan melayani penumpang dengan tanggap, cepat dan memiliki perhatian atas kebutuhan penumpang.

- c. *Assurance* merupakan kemampuan untuk membuat penumpang percaya dan yakin. Hal ini melibatkan pengetahuan dan sikap awak pesawat dalam melayani penumpang. Bagaimana kehandalan awak pesawat dalam melayani penumpang, sikap terhadap penumpang, kemampuan awak pesawat untuk membuat penumpang percaya, dan keahlian dalam menghadapi penumpang yang memberikan pertanyaan.
- d. *Tangibility* melibatkan penampakan dari fasilitas, penampilan awak pesawat, dan semua fasilitas fisik yang dapat dilihat dan disentuh.
- e. *Security and safety* merupakan ukuran tingkat keamanan dan keselamatan penumpang selama penerbangan dan bagasi. *Security and safety* merupakan aset terbesar dalam industri penerbangan. Terutama setelah kejadian 9/11, *security and safety* adalah faktor yang sangat penting bagi penumpang dalam membuat keputusan menggunakan moda transportasi udara.
- f. *Communication* diartikan sebagai interaksi antara awak pesawat dan penumpang. Hal ini sangat vital dan dapat menentukan kualitas pelayanan. Penumpang akan datang dari berbagai latar belakang. Penting bagi awak pesawat untuk dapat menghadapi berbagai jenis penumpang dan membuat mereka merasa nyaman.

2. Kepuasan Penumpang

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh maskapai secara keseluruhan. Dalam hal ini kualitas layanan sangat berpengaruh. Kualitas layanan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Kos et al., 2017). Pelanggan akan membandingkan apa yang mereka rasakan atas pelayanan yang telah mereka terima dengan apa yang pelanggan harapkan, dari hal itu akan menghasilkan perasaan puas atau kecewa (Farooq et al., 2018).

Perusahaan menilai bahwa lebih menguntungkan bagi mereka untuk menjaga

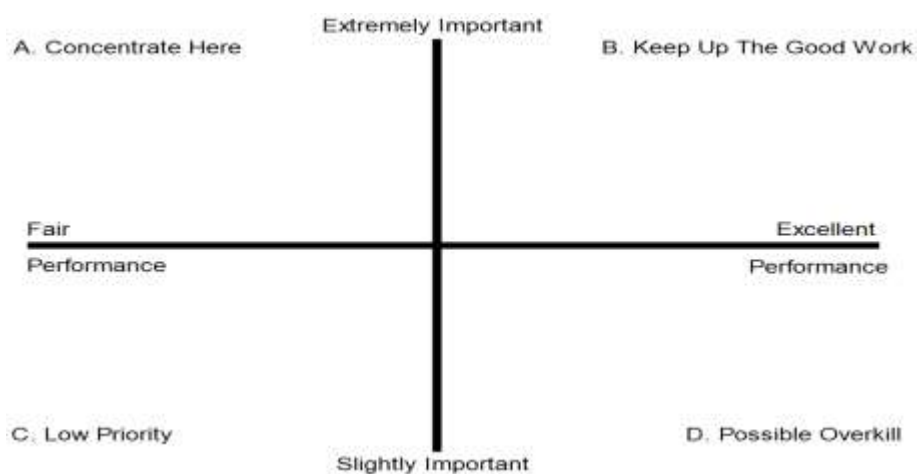
pelanggan saat ini dibandingkan mencari pelanggan baru guna menggantikan pelanggan yang hilang. Maka sangat penting bagi perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya. Pelanggan yang tidak puas biasanya akan menunjukkan ketidakpuasan. Para pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalaman buruk mereka kepada orang-orang yang mereka kenal dan pada zaman saat ini dimana komunikasi secara digital telah sangat maju, maka berita tentang ketidakpuasan ini dapat tersebar dengan cepat. Reputasi dan keuntungan perusahaan akan merasakan dampaknya. Dan sebaliknya pelanggan yang puas juga akan menceritakan pengalaman baiknya dengan orang-orang yang mereka kenal (Hussain et al., 2015).

3. Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (yang selanjutnya disingkat – IPA) menawarkan sejumlah keuntungan untuk mengevaluasi penerimaan konsumen terhadap program pemasaran dan dapat mengukur tingkat kepuasan layanan jasa (Martilla & James, 1977). Metode IPA membantu dalam pengukuran tingkat kesesuaian agar dapat diketahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak perusahaan memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang telah diberikan. Kehadiran IPA telah banyak diterima dan digunakan pada berbagai kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis

memberikan kemudahan atas usulan perbaikan kinerja.

Dalam konsep IPA, diagram cartesius terdiri atas 4 kuadran dan dipetakan untuk seluruh variabel yang memengaruhi kualitas layanan. Martilla and James (1977) menjelaskan bahwa atribut dalam kuadran A (*concentrate here*) adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi aktualnya belum sesuai dengan harapan pelanggan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Kuadran B (*keep up the good work*) adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, dan aktualnya sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya cenderung lebih tinggi. Atribut yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut menjadikan produk atau jasa yang unggul menurut pelanggan. Kuadran C (*low priority*) adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tapi kinerja aktual tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Kuadran D (*possible overkill*) adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.



Gambar 2 Diagram Importance-Performance Analysis
Sumber: Martilla and James (1977)

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan bantuan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Penyebaran kuesioner dilakukan secara random dengan bantuan *google form* kepada penumpang airlines, yang terdiri dari Lion Air, City Link, Sriwijaya, Air Asia, Nam Air, dan Wings Air. Kuesioner dirancang menjadi 2 bagian. Bagian pertama, digunakan untuk keperluan analisis tingkat

kepuasan – IPA dengan skala ordinal di mana penumpang memberi penilaian atas perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas layanan. Bagian kedua, kuesioner dirancang dengan menggunakan skala semantik diferensial jenjang 5 point untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang dengan menggunakan regresi linier berganda.

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Layanan Airline	Reliability	1. Efisiensi saat proses check-in
		2. Ketepatan waktu penerbangan
		3. Sampai tempat tujuan pada waktu yang dijanjikan
		4. Penanganan komplain bagasi yang tertinggal
	Responsiveness	1. Keinginan untuk membantu penumpang
		2. Perhatian terhadap kebutuhan penumpang
		3. Memberi informasi apabila ada perubahan waktu penerbangan
		4. Memberi informasi mengenai layanan yang diberikan
	Assurance	1. Keterampilan karyawan (<i>inflight</i> dan <i>on ground service</i>) dalam memberikan pelayanan
		2. Kesopanan terhadap penumpang
3. Kemampuan karyawan untuk memberikan kenyamanan pada penumpang		
4. Kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan penumpang		
Tangibility	1. Kebersihan interior pesawat	
	2. Kebersihan eksterior pesawat	
	3. Kenyamanan tempat duduk	
	4. Penampilan karyawan	
	5. Keragaman fasilitas hiburan dalam penerbangan (wifi berbayar)	
	6. Kualitas dan keragaman makanan berbayar dalam pesawat	
	7. Fasilitas pesawat pada umumnya	
	8. Instalasi teknologi yang terbaru	
Security and safety	1. Kemampuan airlines untuk membuat penumpang merasa aman dan nyaman	
	2. Teknologi pesawat memberikan penumpang rasa aman dan selamat	
Communication	1. Komunikasi antara awak pesawat dan penumpang selama penerbangan	
	2. Pengumuman informatif dari pilot selama penerbangan	
Kepuasan penumpang	-	1. Secara keseluruhan merasa puas dengan layanan
	-	2. Merasa puas dengan pelayanan yang cepat

Sumber: Rahim Hussain, Amjad Al Nasser, Yomna K. Hussain. 2015

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah menggunakan maskapai LCC di DKI Jakarta dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti (*infinity*). Karena sifat populasi adalah *infinity*, maka penarikan sampel menggunakan rumus *Lemeshow* (Lemeshow, Hosmer, Klar, & Lwanga, 1990) dengan tingkat kesalahan 10% dan didapat sampel minimum sebesar 96 penumpang. Data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner didapat 120

penumpang. Kemudian dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya data yang telah valid, reliabel dan memenuhi syarat asumsi klasik, dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan IPA.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, sebagian besar responden berusia 34 sampai

37 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Pekerjaan responden yang dominan adalah karyawan swasta dan paling sedikit 3 bulan sekali menggunakan maskapai LCC. Rata-rata responden memiliki pengeluaran per bulan lebih dari Rp.6.500.000 dan alasan menggunakan maskapai LCC adalah untuk berlibur.

Hasil penghitungan validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item pernyataan pada *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, *communication* dan kepuasan pelanggan telah memenuhi syarat valid.

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menilai kebaikan model regresi linier berganda. Model regresi yang baik jika data terdistribusi normal, bebas dari gejala multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

Pengujian regresi linier berganda menggunakan data hasil penyebaran kuesioner yang telah dinyatakan valid, reliabel dan bebas dari uji asumsi klasik. Dalam regresi linier berganda, akan menghasilkan nilai t, nilai F dan R-Square.

Secara simultan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, dan *communication* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang karena nilai $F_{hitung} (88.934) > \text{nilai } F_{tabel} (3.09)$ dengan tingkat Sig. 0.000. Secara parsial, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, dan *communication* berpengaruh terhadap

a. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan

kepuasan penumpang karena nilai t_{hitung} disetiap variabel bebas $>$ nilai $t_{tabel} (1,98)$ dengan tingkat Sig. < 0.05 . *Communication* memiliki pengaruh dominan serta memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan penumpang. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} *communication* (5.076) paling besar dibanding nilai t_{hitung} variabel lainnya. Selanjutnya nilai *R Squared* sebesar 0.825 atau 82,5%. Artinya, kepuasan penumpang dijelaskan 82,5% oleh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, dan *communication* sedangkan sisanya 17,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dalam penghitungan IPA akan tergambar atribut kualitas layanan dari maskapai LCC yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk menjaga kepuasan penumpang. Kepuasan akan ditentukan oleh persepsi penumpang atas *performance* (kinerja) jasa dalam memenuhi harapan penumpang (*importance*). Penumpang yang merasa puas jika harapannya terpenuhi oleh pihak maskapai LCC.

Tabel 2 Tingkat Kesesuaian

	Atribut Kualitas Layanan Airlines	<i>Importance</i>	<i>Performance</i>	Tingkat Kesesuaian
Rel1	Efisiensi saat proses check-in	500	402	80.40%
Rel2	Ketepatan waktu penerbangan	495	399	80.61%
Rel3	Sampai tempat tujuan pada waktu yang dijanjikan	505	417	82.57%
Rel4	Penanganan komplain bagasi	495	394	79.60%
Resp1	Keinginan untuk membantu penumpang	496	377	76.01%
Resp2	Perhatian terhadap kebutuhan penumpang	498	378	75.90%
Resp3	Memberi informasi apabila ada perubahan waktu penerbangan	488	381	78.07%
Resp4	Memberi informasi mengenai layanan yang diberikan	505	372	73.66%
Ass1	Ketrampilan karyawan (<i>inflight</i> dan <i>on ground service</i>) dalam memberikan layanan	497	435	87.53%

	Atribut Kualitas Layanan Airlines	Importance	Performance	Tingkat Kesesuaian
Ass2	Kesopanan terhadap penumpang	518	411	79.34%
Ass3	Kemampuan karyawan dalam memberikan kenyamanan pada penumpang	510	415	81.37%
Ass4	Kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan penumpang	510	387	75.88%
Tang1	Kebersihan interior pesawat	523	373	71.32%
Tang2	Kebersihan eksterior pesawat	524	387	73.85%
Tang3	Kenyamanan tempat duduk	504	376	74.60%
Tang4	Penampilan karyawan	545	393	72.11%
Tang5	Keragaman fasilitas hiburan dalam penerbangan (wifi berbayar)	482	354	73.44%
Tang6	Kualitas dan keragaman makanan berbayar dalam pesawat	498	374	75.10%
Tang7	Fasilitas pesawat pada umumnya	519	387	74.57%
Tang8	Instalasi teknologi yang terbaru	521	391	75.05%
SS1	Kemampuan airlines untuk membuat penumpang merasa aman dan nyaman	493	434	88.03%
SS2	Teknologi pesawat memberikan penumpang rasa aman dan selamat	497	443	89.13%
Comm1	Komunikasi antara awak pesawat dan penumpang selama penerbangan	499	429	85.97%
Comm2	Pengumuman informatif dari pilot selama penerbangan	514	424	82.49%
Mean Tingkat Kesesuaian				78,31%

Berdasarkan hasil penghitungan (Tabel 2) terlihat rata-rata tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan sebesar 78,31% yang berada pada rentang 84% - 70% sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penumpang menilai atribut-atribut dari kualitas layanan airlines berbasis LSS adalah cukup baik. Artinya, penumpang menilai bahwa kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik untuk membuat nasabah merasa puas.

Berdasarkan Tabel 3, telah diketahui nilai kesesuaian 24 atribut kualitas layanan maskapai berbasis LCC. Dari hasil perhitungan nilai kesesuaian dapat ditentukan urutan prioritas perbaikan kualitas layanan maskapai berbasis LCC berdasarkan besarnya nilai kesesuaian dari masing-masing atribut. Nilai kesesuaian yang paling kecil merupakan prioritas utama dalam membenahi atribut kualitas layanan maskapai berbasis LCC.

Tabel 3 Urutan Prioritas Perbaikan Kinerja

Nilai Kesesuaian	Atribut	Sub Variabel
71.32%	Kebersihan interior pesawat	Tangibility
72.11%	Penampilan karyawan	Tangibility
73.44%	Keragaman fasilitas hiburan dalam penerbangan (wifi berbayar)	Tangibility
73.66%	Memberi informasi pada penumpang mengenai layanan yang diberikan	Responsiveness
73.85%	Kebersihan eksterior pesawat	Tangibility
74.57%	Fasilitas pesawat pada umumnya	Tangibility
74.60%	Kenyamanan tempat duduk	Tangibility
75.05%	Instalasi teknologi yang terbaru	Tangibility
75.10%	Kualitas dan keragaman makanan berbayar dalam pesawat	Tangibility
75.88%	Kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan penumpang	Assurance
75.90%	Perhatian terhadap kebutuhan penumpang	Responsiveness
76.01%	Keinginan untuk membantu penumpang	Responsiveness
78.07%	Memberi informasi apabila ada perubahan waktu penerbangan	Responsiveness

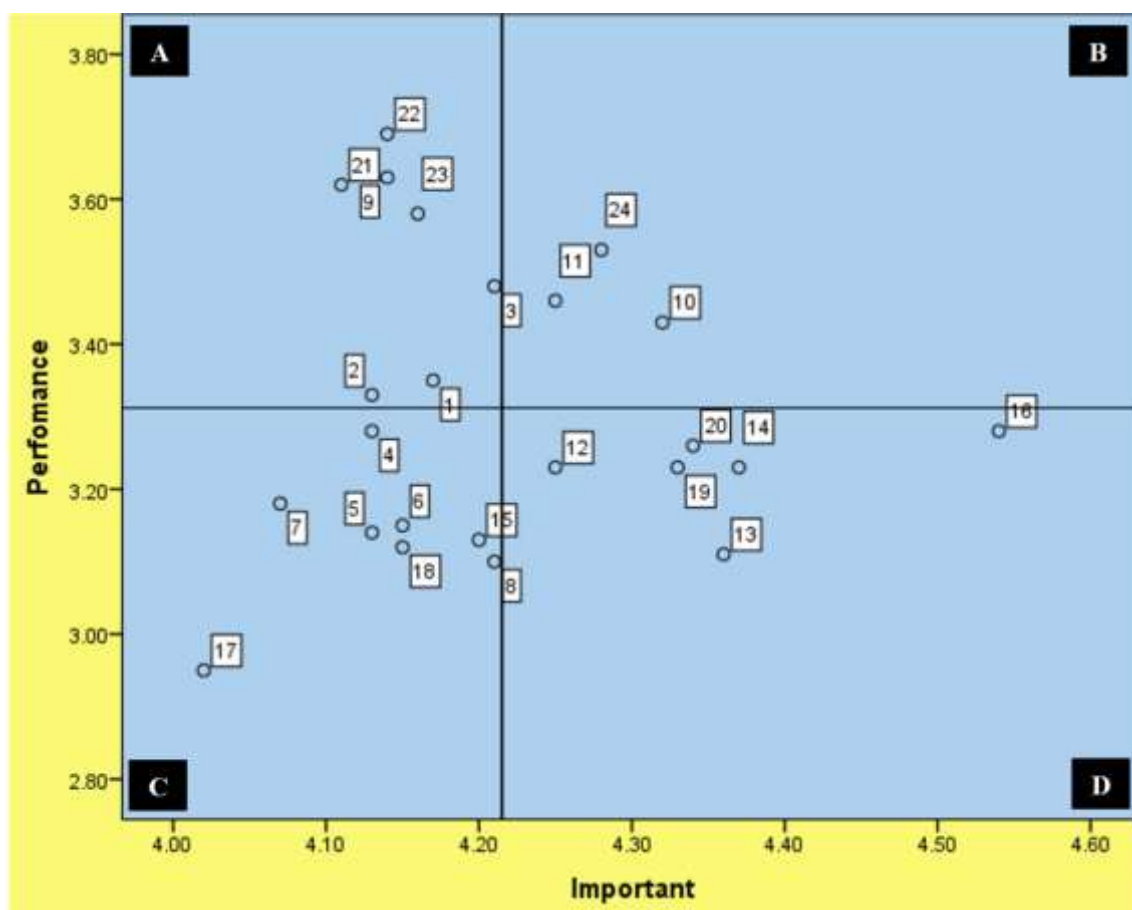
Nilai Kesesuaian	Atribut	Sub Variabel
79.34%	Kesopanan terhadap pelanggan	Assurance
79.60%	Penanganan komplain bagasi yang tertinggal	Reliability
80.40%	Efisiensi saat proses check-in	Reliability
80.61%	Ketepatan waktu penerbangan	Reliability
81.37%	Kemampuan karyawan untuk memberikan kenyamanan pada penumpang	Assurance
82.49%	Pengumuman informatif dari pilot selama penerbangan	Communication
82.57%	Sampai tempat tujuan pada waktu yang dijanjikan	Reliability
85.97%	Komunikasi antara awak pesawat dan penumpang selama penerbangan	Communication
87.53%	Ketrampilan karyawan (<i>inflight</i> dan <i>on ground service</i>) dalam memberikan pelayanan	Assurance
88.03%	Kemampuan airline untuk membuat penumpang merasa aman dan nyaman	Security and safety
89.13%	Teknologi pesawat memberikan penumpang rasa aman dan selamat	Security and safety

Untuk menentukan atribut yang perlu mendapat perhatian bagi maskapai berbasis LCC dapat dilihat pada penjabaran atribut dalam diagram kartesius, sehingga langkah-langkah peningkatan kinerja perusahaan

berasal dari indikator yang dianggap penting oleh penumpang yang menggunakan maskapai berbasis LCC.

b. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

c.



Gambar 2 Matrik IPA

Nilai *mean* persepsi dari setiap atribut merupakan pondasi untuk menentukan apakah *performance* maskapai LCC sudah baik atau

belum pada atribut yang diukur yaitu dengan membandingkan terhadap rerata dari seluruh atribut (X) dan hasilnya diperoleh sebesar

3,31. Nilai *mean important* setiap atribut merupakan dasar untuk menentukan apakah atribut yang diukur penting atau tidak penting, yaitu dengan membandingkannya terhadap rerata dari seluruh atribut (Y) dan hasilnya diperoleh sebesar 4,22. Nilai *mean performance* dan *important* tersebut digunakan untuk menganalisis data dalam IPA pada Gambar 2.

Kuadran A merupakan kuadran yang memiliki tingkat kepuasan masih sangat rendah sehingga menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Ada enam atribut yang masuk dalam kuadran A dan diurutkan sesuai tingkat prioritasnya yaitu: efisiensi saat proses check-in (Rel1); ketepatan waktu penerbangan

(Rel2); sampai tempat tujuan pada waktu yang dijanjikan (Rel3); komunikasi antara crew pesawat dan penumpang selama penerbangan (Comm1); ketrampilan karyawan (*inflight* dan *on ground service*) dalam memberikan pelayanan (Ass1); kemampuan airlines untuk membuat penumpang merasa aman dan nyaman (SS1); dan teknologi pesawat memberikan penumpang rasa aman dan selamat (SS2).

Kuadran B merupakan kuadran yang diharapkan oleh penumpang dan atribut tersebut sudah sesuai dengan yang dirasakan penumpang. Kuadran B merupakan kuadran yang diharapkan penumpang dan atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan oleh penumpang. Ada tiga atribut dalam kuadran B dan diurutkan sesuai tingkat prioritasnya untuk dipertahankan yaitu: kesopanan terhadap penumpang (Ass2); kemampuan karyawan untuk memberikan kenyamanan pada penumpang (Ass3); dan Pengumuman informatif dari pilot selama penerbangan (Comm2).

Kuadran C merupakan kuadran dengan prioritas rendah yang diartikan bahwa kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh penumpang dan realita kinerjanya tidak terlalu istimewa. Ada delapan atribut dalam kuadran C dan diurutkan sesuai tingkat prioritas untuk dilakukan perbaikan yaitu: keragaman fasilitas hiburan dalam penerbangan (wifi

berbayar) (Tang5); memberi informasi pada penumpang mengenai layanan yang diberikan (Resp4); kenyamanan tempat duduk (tang3); kualitas dan keragaman makanan berbayar dalam pesawat (Tang6); perhatian terhadap kebutuhan penumpang (Resp2); keinginan untuk membantu penumpang (Resp1); memberi informasi pada penumpang apabila ada perubahan waktu penerbangan (Resp3); dan Penanganan complain bagasi yang tertinggal (Rel4).

Kuadran D merupakan kuadran yang dianggap kurang penting yang artinya kuadran ini mempunyai tingkat kepentingan yang rendah, tetapi tingkat pelaksanaan kinerja tinggi sehingga perlu diperhatikan kembali. Ada enam atribut dalam kuadran D dan diurutkan sesuai tingkat prioritas untuk dikurangi kinerjanya karena dianggap berlebihan, yaitu: kebersihan interior pesawat (Tang1); penampilan karyawan (Tang4); kebersihan eksterior pesawat (Tang2); fasilitas pesawat pada umumnya (Tang7); instalasi teknologi yang terbaru (Tang8); dan kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan penumpang (Ass4).

D. Simpulan

Secara kuantitatif, seluruh dimensi dari kualitas layanan *airlines* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangibility*, *security and safety*, dan *communication* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai LCC dan sebesar 82,5% kepuasan penumpang yang menggunakan maskapai LCC dapat dijelaskan oleh dimensi kualitas layanan *airlines*. Secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan IPA, atribut efisiensi saat proses check-in (1); ketepatan waktu penerbangan (2); sampai tempat tujuan pada waktu yang dijanjikan (3); komunikasi antara crew pesawat dan penumpang selama penerbangan (23); ketrampilan karyawan (*inflight* dan *on ground service*) dalam memberikan pelayanan (9); kemampuan airline untuk membuat penumpang merasa aman dan nyaman (21); dan teknologi pesawat memberikan penumpang rasa aman dan

selamat (22) adalah atribut yang perlu mendapatkan perhatian khusus bagi maskapai berbasis LCC untuk segera diperbaiki, sedangkan atribut kesopanan terhadap penumpang (10); kemampuan karyawan untuk memberikan kenyamanan pada penumpang (11); dan Pengumuman informatif dari pilot selama penerbangan (24) adalah atribut yang dipersepsi baik oleh penumpang.

E. Daftar Pustaka

- Ali, F., Dey, B., Lal, & Filieri, R. (2015). An assessment of service quality and resulting customer satisfaction in Pakistan International Airlines. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(5), 486-502. doi:10.1108/IJQRM-07-2013-0110
- Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67, 169-180. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.12.008>
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.10.001>
- Kos, K., Mateja, Kukar-Kinney, M., & Vegelj, S. (2017). An investigation of customer satisfaction with low-cost and full-service airline companies. *Journal of Business Research*, 80, 188-196. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.015>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. United States: Wiley.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. doi:10.1177/002224297704100112
- Pakdil, F., & Aydın, Ö. (2007). Expectations and perceptions in airline services: An analysis using weighted SERVQUAL scores. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 229-237. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2007.04.001>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi:10.1177/002224298504900403
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. United States: Pearson Prentice Hall.
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi* (2 ed.). Jakarta: Erlangga.