

**PENGARUH AIRLINE QUALITY TERHADAP CUSTOMER
SATISFACTION PELANGGAN BATIK AIR
DI SURABAYA**

IGNASIUS EVAN KASALI

Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya
Evan.0193@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Airline Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Batik Air di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, dimana sampel berupa responden yang pernah membeli dan menggunakan layanan penerbangan Batik Air sebanyak minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir, melakukan pembelian dan pemesanan sendiri tiket penerbangan Batik Air, mengetahui skema kompensasi Batik Air, mengetahui lokasi kantor Batik Air di Surabaya, berdomisili di Surabaya, serta pendidikan minimal SMA atau sederajat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 380 orang yang terdiri dari 184 konsumen laki-laki dan 196 konsumen perempuan. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui software AMOS 22 untuk pengujian *measurement model* dan *structural model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Airline Tangibles*, *Terminal Tangibles*, *Personnel Quality*, *Empathy* dan *Airline Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata kunci : *Satisfaction, Service Quality, Airline Industry, Batik Air.*

Abstract – *This study aimed to examine the effect of the Airline Quality Customer Satisfaction Batik Air customers in Surabaya. This study using purposive sampling approach, in which a sample of respondents who have bought and used the services of low Batik Air of at least 2 times in the last 1 year, make a purchase and booking their own airline tickets Batik Air, determine the compensation scheme Batik Air, know the location of the office Batik Air in Surabaya, located in Surabaya, as well as at least high school education or equivalent. This type of research is causal research. The study uses a quantitative approach. Source data used are primary data is by distributing questionnaires. Respondents in this research were 380 people consisting of 184 consumers male and 196 female consumers. In this study, the data was processed using SEM models (Structural Equation Modeling) through AMOS 22 software for testing measurement models and structural models. The results of this study indicate that the Airline Tangibles, Terminal Tangibles, Personnel Quality, Empathy and Airline Image have significant effect on Customer Satisfaction.*

Keywords: *Satisfaction, Service quality, Airline industry, Batik Air.*

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan jaman seperti saat ini, berbagai kemudahan-kemudahan yang ditawarkan menjadi hal yang sudah sangat sering dijumpai. Kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan antara lain adalah di bidang transportasi. Transportasi dianggap menjadi sebuah hal yang penting pada saat seperti sekarang ini, karena dapat mendukung berlangsungnya aktivitas bisnis atau usaha seseorang yang dapat memudahkan mobilisasi masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain. Untuk mempersingkat waktu perjalanan, maka sarana transportasi udara menjadi pilihan yang cukup relevan untuk kondisi geografis di Indonesia

Maskapai tidak hanya harus dapat menyediakan sarana transportasi yang layak untuk pelanggan, namun juga harus memiliki kualitas yang baik, karena tuntutan dari pelanggan yang semakin beraneka ragam dan adanya keinginan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, serta pelanggan tentunya juga akan menilai kesesuaian antara harga yang harus dibayarkan dengan fasilitas pelayanan yang didapatkan dari mulai kemudahan untuk pemesanan, saat perjalanan, maupun setelah sampai di lokasi yang dituju. Selain itu, pelanggan juga semakin selektif dalam memilih maskapai yang mampu memberikan layanan terbaik, serta sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Kualitas layanan menurut Parasuraman *et al.* (1985) merupakan sebuah fungsi yang berbeda antara ekspektasi terhadap layanan dan persepsi konsumen dari penyampaian layanan secara nyata. Sehingga, kualitas layanan menunjukkan hubungan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterima pelanggan setelah merasakan layanan yang diberikan secara langsung.

Dalam upaya memenuhi harapan pelanggan supaya dapat menghasilkan kepuasan, maka pihak maskapai akan membutuhkan sebuah instrumen atau alat yang dapat mengukur kualitas layanan dengan tepat. *Airline Quality* merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur standar kualitas layanan dari maskapai penerbangan. Tujuan digunakan instrumen *Airline Quality* ini supaya dapat mengukur dengan lebih spesifik kualitas layanan sebuah maskapai

yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Batik Air. Ekiz *et al.* (2006) menyatakan bahwa model pengukuran *Airline Quality* ini dapat dibagi menjadi 5 dimensi yang meliputi *Airline tangibles*, *Terminal tangibles*, *Personnel quality*, *Empathy* dan *Airline image*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kausal dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena menggunakan sumber data primer berupa kuesioner yang diolah menjadi data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, karena data ini diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada para responden di Surabaya secara langsung.

Penelitian ini menggunakan aras interval. Aras interval adalah aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Numerikal. Pada skala pengukuran ini, responden diminta untuk memberikan penilaian kepada serangkaian pernyataan yang diukur dalam *Five-Point Likert Scale*, seperti:

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

Dalam penelitian ini, target populasi yang dituju adalah masyarakat di kota Surabaya yang pernah menggunakan layanan pesawat terbang Batik Air. Karakteristik responden yang dituju adalah orang yang pernah membeli dan menggunakan layanan penerbangan Batik Air sebanyak minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir, melakukan pembelian dan pemesanan sendiri tiket penerbangan Batik Air, mengetahui skema kompensasi Batik Air, mengetahui lokasi kantor Batik Air di Surabaya, berdomisili di Surabaya, serta pendidikan minimal SMA atau sederajat agar dapat memahami dan mengisi kuesioner dengan benar.

Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, dengan menggunakan *purposive-sampling*.

Tujuan menggunakan *purposive-sampling* adalah untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria khusus yang telah ditetapkan. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan bantuan dari *software* AMOS 22. Sebelum melakukan uji SEM, data yang telah terkumpul dari kuesioner kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan dari *software* SPSS 13.0 *for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan akan dibagi menjadi 2 bagian, yaitu model pengukuran dan model struktural.

Model pengukuran (*Measurement Model*)

Tabel 1
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

No.	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1.	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2,0$	1,736	<i>Good Fit</i>
2.	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,044	<i>Close Fit</i>
3.	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,879	<i>Marginal Fit</i>
4.	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,921	<i>Good Fit</i>
5.	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,928	<i>Good Fit</i>

CMIN/DF merupakan salah satu indikator yang mengukur tingkat kecocokan sebuah model. CMIN/DF adalah statistik *Chi-Square* (χ^2) dibagi dengan DF. Nilai *Chi-Square* (χ^2) $\leq 2,0$ bahkan $\leq 3,0$ merupakan indikasi model yang fit dengan data. Hasil CMIN/DF pada tabel 1 adalah 1,736 sehingga dapat dikatakan model yang diuji sudah *good fit* (Ferdinand, 2002:58).

RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*) dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Tabel 1 menunjukkan nilai RMSEA yang baik dimana nilai RMSEA $0,044 \leq 0,08$. Hal ini

berarti tingkat kesalahan model apabila diestimasi dalam populasi tidak terlalu tinggi dan menunjukkan sebuah *close fit* (Ferdinand, 2002:56).

GFI (*Goodness of Fit Index*) merupakan sebuah pengukuran non statistik yang memiliki nilai dari 0 sampai 1. Tabel 1 menunjukkan nilai GFI yang baik dimana nilai GFI adalah $0,879 \leq 0,90$ yang terletak pada batas *marginal fit*, yaitu pada $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ (Wijanto, 2008:61). Hasil ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

TLI (*Tucker Lewis Index*) merupakan sebuah index yang membandngkan sebuah model yang diuji terhadap *baseline model*. Tabel 1 menunjukkan nilai TLI yang baik dimana nilai TLI adalah $0,921 \geq 0,90$ sehingga dapat dikatakan *good fit* (Wijanto, 2008:62). Hasil ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

CFI (*Comparative Fit Index*) dapat diterima pada niali antara yang berada di antara 0 dan 1. Apabila nilai CFI semakin mendekati 1, maka mengindikasikan tingkat kesesuaian model yang paling tinggi. Apabila nilai $CFI \geq 0,90$ maka dikatakan *good fit*. Tabel 1 menunjukkan nilai CFI adalah $0,928 \geq 0,90$ sehingga dapat dikatakan *good fit* (Wijanto, 2008:62).

Tabel 2
Average Variance Extracted

Variabel	$\Sigma(\text{std.loading}^2)$	N	AVE
<i>Airline Tangibles</i>	3,117	7	0,445
<i>Terminal Tangibles</i>	3,066	7	0,438
<i>Personnel Quality</i>	3,533	7	0,505
<i>Empathy</i>	2,968	7	0,424
<i>Airline Image</i>	1,788	3	0,596
<i>Customer Satisfaction</i>	2,086	4	0,521

Menurut Verhoef *et al.* (2002) nilai AVE (*Average Variance Extracted*) minimal sebesar 0,4 atau mendekati sudah cukup untuk menunjukkan validitas konvergen per konstruk yang baik. Pada tabel 2 dapat diketahui bahwa semua konstruk telah memenuhi standar validitas karena memiliki nilai lebih dari 0,4.

Setelah nilai AVE terpenuhi, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan perhitungan CR (*Construct Reliability*).

Tabel 3
Construct Reliability

Variabel	$(\sum \text{std.loading})^2$	$\sum \text{error}$	Construct Reliability
<i>Airline Tangibles</i>	21,781	3,883	0,849
<i>Terminal Tangibles</i>	21,409	3,934	0,845
<i>Personnel Quality</i>	24,542	3,467	0,876
<i>Empathy</i>	20,612	4,032	0,836
<i>Airline Image</i>	5,349	1,212	0,815
<i>Customer Satisfaction</i>	8,335	1,914	0,813

Uji reliabilitas digunakan supaya dapat mengetahui kehandalan suatu hasil pengukuran apabila dilakukan secara berulang. Menurut Ferdinand (2002:63) batasan nilai *construct reliability* adalah $\geq 0,70$. Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui, bahwa semua variabel telah memenuhi syarat validitas, yaitu memiliki nilai di atas 0,70.

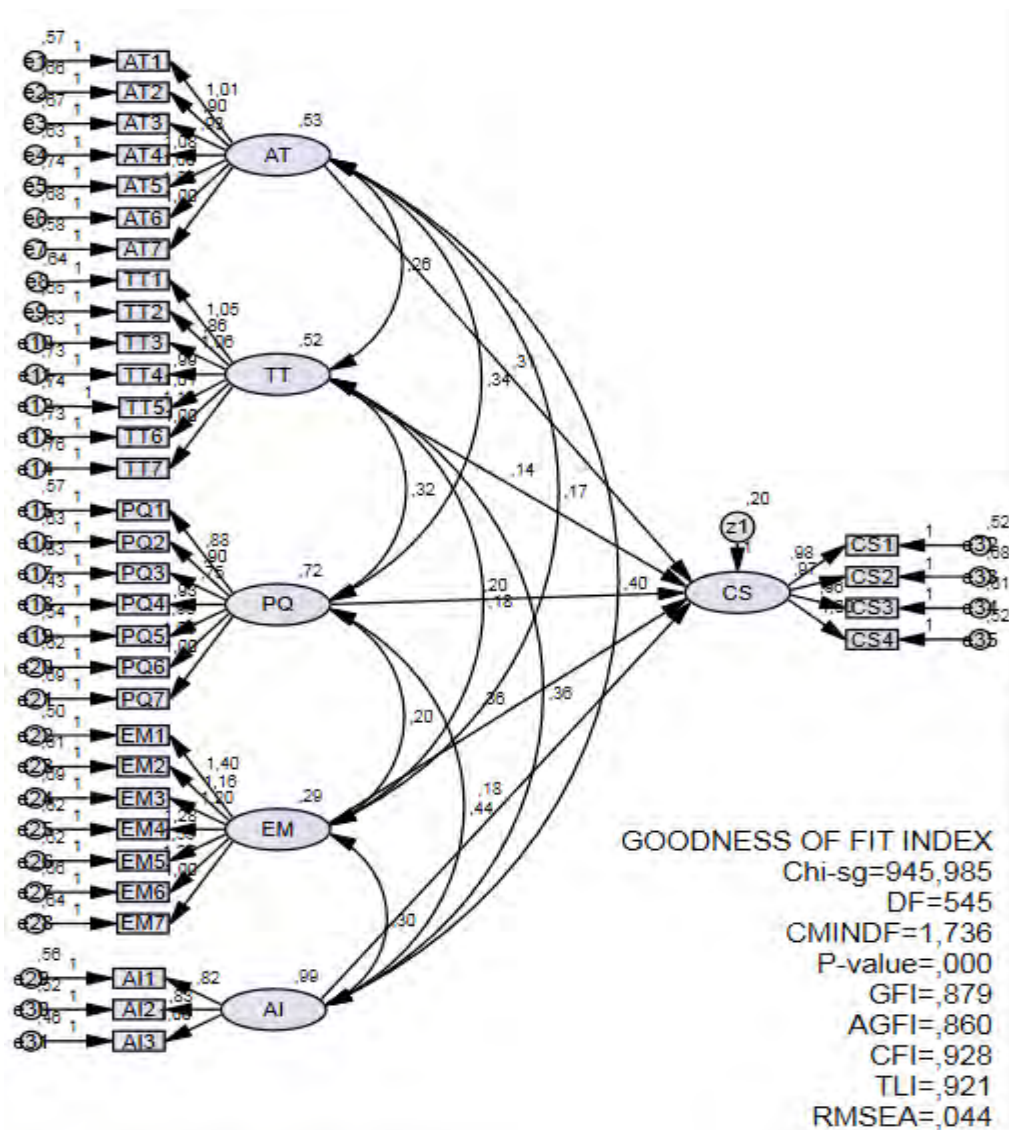
Model Struktural

Setelah melakukan rekap data deskriptif dari seluruh jumlah sampel sebanyak 380, dilanjutkan dengan analisis model pengukuran dan model struktural, maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai CR yang dihasilkan dari perhitungan *loading* dari setiap hubungan antar konstruk yang terdapat dalam model penelitian untuk setiap koefisien, sedangkan nilai *estimate* pada *standardized regression weight* digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan jika

pengaruh pada hipotesis terbukti signifikan. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan pada konstruk lain apabila memiliki nilai *Critical Ratio* (CR) $\geq 1,96$.

Gambar 1
Model Struktural



Tabel 4

Hasil Uji Hipotesis Model Struktural

Hipotesis	Path	Estimate	S.E	CR	P	Keterangan
H1	AT→CS	,275	,072	4,288	***	Hipotesis terdukung
H2	TT→CS	,127	,066	2,149	.032	Hipotesis terdukung
H3	PQ→CS	,204	,058	3,370	***	Hipotesis terdukung
H4	EM→CS	,234	,094	3,778	***	Hipotesis terdukung
H5	AI→CS	,225	,055	3,338	***	Hipotesis terdukung

Berdasarkan tabel 4, setelah dilakukan hasil olah data model struktural menggunakan AMOS 22 dapat diketahui bahwa semua hipotesis terdukung yaitu H1, H2, H3, H4, H5. Hipotesis dinyatakan terdukung karena telah memenuhi syarat, nilai *p-value* <0,05; nilai CR >1,96.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Airline Tangibles*, *Terminal tangibles*, *Personnel quality*, *Empathy* dan *Airline image* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Batik Air di Surabaya. Berdasarkan hal ini, maka Batik Air harus memperhatikan dan terus meningkatkan tampilan fisik pesawat, tampilan fisik bandara, kualitas personil, empati, serta citra dari maskapai Batik Air. Beberapa faktor tersebut perlu diperhatikan dan secara bertahap ditingkatkan supaya kepuasan pelanggan Batik Air dapat terjaga dan tentunya akan memberikan keuntungan bagi Batik Air.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekiz, H.E., Hussain, K. and Bavik, A. (2006), Perceptions of service quality in north Cyprus National Airline. *Tourism and Hospitality Industry 2006 – New Trends in Tourism and Hospitality Management*, Proceedings of 18th Biennial International Conference, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, Vols 03-05, 3-5 May, pp. 778-790.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model-model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*, Fakultas Ekonomi UNDIP, Semarang, pp. 56-65.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- Verhoef, P. C., Franses, H.P. & Hoekstra, J.C. (2002), The Effect of Relational Construct on Customer Referrals and Number of Services Purchased From a Multiservice Provider: Does Age of Relationship Matter?, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30: 202-216.
- Wijanto, S.H.(2008): *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8. Konsep dan Tutorial*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, pp. 61-66.