

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM
MENGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA
AIRLINES**

(Studi Kasus Pada konsumen Garuda Indonesia Airlines Di Kota Palembang)



Skripsi Oleh :

**ARIS SETIAWAN PRATAMA
01101001098
MANAJEMEN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2014**

25479/26039

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM
MENGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA
AIRLINES**

(Studi Kasus Pada konsumen Garuda Indonesia Airlines Di Kota Palembang)

S
650.834 07

Arti

P

2014

G, 14/1180



Skripsi Oleh :

**ARIS SETIAWAN PRATAMA
01101001098
MANAJEMEN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM
MENGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA
AIRLINES (Studi kasus pada konsumen Garuda Indonesia Airlines di Kota
Palembang)**

Disusun Oleh:

Nama : Aris Setiawan Pratama
NIM : 01101001098
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal, 24 Maret 2014 Pembimbing I:



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Tanggal, 24 Maret 2014 Pembimbing II:



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM MENGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES (Studi kasus pada konsumen Garuda Indonesia Airlines di Kota Palembang)

Disusun Oleh:

Nama : Aris Setiawan Pratama
NIM : 01101001098
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 03 April 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 03 April 2014

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP 195707141984031005

Anggota



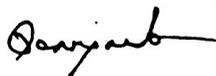
Welly Nailis, S.E, M.M
NIP 197407102008011011

Anggota



Drs. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195306241984031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Aris Setiawan Pratama
NIM : 01101001098
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM MENGGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES (Studi kasus pada konsumen Garuda Indonesia Airlines di Kota Palembang)

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Anggota : Welly Nailis, S.E, M.M
Tanggal Ujian : 03 April 2014

adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 03 April 2014

Pembuat Pernyataan,



Aris Setiawan Pratama
01101001098

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Memaafkan adalah kebaikan, Segala yang bersumber dari kebaikan dan bertujuan untuk kebaikan akan berujung kebahagiaan”

“Laa yukallifu allaahu nafsan illaa wus'ahaa” (QS. Al-Baqarah : 286)
“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

“Banyak Kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”
-Thomas Alva Edison-

“Wala yuriidu bikumu al'usra” (QS. Al-Baqarah : 185)
“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu terdapat kemudahan”
-Alam Nayroh:6-

Dengan mengucapkan Alhamdulillah

Kupersembahkan karya ini untuk:

ALLAH SWT

Nabi Muhammad SAW

Papa Mama tercinta Muslim Firmansyah & Maria Natalina

Adikku Achmad Randi Raharjo, Hadi Wicaksono, Dan Fandi Nashwan Wibisono

Keluarga Besarku

Sahabat-Sahabatku

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Kepada Loyalitas (Studi Kasus Pada Konsumen Garuda Indonesia di Kota Palembang)**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya kepada loyalitas konsumen untuk menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. **ALLAH SWT**, terima kasih atas segala rahmat, karunia, ridho, kesehatan, rejeki, bimbingan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu **Prof. Dr. Badia Parizade, M.B.A**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak **Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya sekaligus dosen pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan saran dan kritik dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak **Welly Nailis, S.E, M.M**, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya sekaligus dosen pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan saran dan kritik dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak **Drs. Islahuddin Daud, M.M.**, selaku dosen penguji dalam ujian komprehenif
7. Ibu **Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M.** selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan nasehat dalam mengikuti perkuliahan.
8. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi atas segala bantuan selama perkuliahan.
9. Kedua Orang Tua saya yang hebat **Drs. Muslim Firmansyah dan Maria Natalina, B.ac.** Orang tua yang tak hentinya memberikan semangat dan dukungan, nasehat yang tiada hentinya, doa didalam solatnya.
10. Ketiga adik saya yang tercinta, **Achmad Randi Raharjo, Hadi Wicaksono Iansyah dan Fandi Nashwan Wibisono**, yang telah memberikan semangat dan warna kehidupan setiap harinya. Kalian harus bisa lebih hebat dari mas ai ya dek.
11. **Eyang Putri, Om Wira, tante Murti** tercinta yang tak henti-hentinya memberikan dukungan moril dan materiil, dan tetap menjadi penyemangat mas ai untuk terus-menerus berusaha. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Aamiin.
12. Teman-teman **MGT 2010 dan MARKETING MANAGEMENT 2010** yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Tetap SE-mangat ya buat kita semua.
13. **Kakak dan adik tingkat** yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membenatu selama perkuliahan.
14. **Semua pihak** yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat member manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, Aamiin Yarobbal' alamin.

Palembang, 25 Maret 2014

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA KEPADA LOYALITAS DALAM MENGGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES (Studi kasus pada konsumen Garuda Indonesia Airlines di Kota Palembang)

Oleh :

Aris Setiawan Pratama

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya kepada loyalitas dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia di Kota Palembang baik secara parsial-maupun simultan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 105 orang penumpang Garuda Indonesia jurusan Palembang-Jakarta maupun arah sebaliknya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Palembang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi keandalan, ketanggapan dan jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 44,4 %. Kemudian kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia Palembang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

Ketua,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO CONSUMER SATISFACTION AND THE EFFECT ON CONSUMER LOYALTY IN USING GARUDA INDONESIAN AIRLINES SERVICE FLIGHT (Study case on Garuda Indonesian Airlines consumer in Palembang City)

By :

Aris Setiawan Pratama

The purpose of this research are to find out the influence of service quality which is consisting of proof dimension in Tangible, reability, responsiveness, Assurance, and empathy to consumer satisfaction and the effect on loyalty in using Garuda Indonesia service flight in City of Palembang either partially or simultaneously. The amount of samples in this research are 105 Garuda Indonesia passangers flight from Palembang-Jakarta or vice-versa. The population in this research are society domicile in Palembang City. Utilized Sampling Technique are non probability sampling. Utilized technique analysis are multiple regression analysis. The research result indicate that percentage of the reliability, responsiveness and assurance dimension has positive and significant influence to consumer satisfaction are 44,4%. Then the consumer satisfaction has positve and significant influence to Garuda Indonesia Palembang consumer loyalty.

Key word: Quality of Service, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty

Chairman,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Member,



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP. 197407102008011011

Acknowledged,
Head of Management Department



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP



Nama Mahasiswa : Aris Setiawan Pratama

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang / 29 Desember 1992

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah (Orang Tua)

: Jl. Kenanga Mo 200 Komplek

Pertamina Plaju Palembang.

Kode Pos 30268

Alamat Email

: arissetiawanpratama@yahoo.co.id

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar

: SD YKPP Pulau Sambu, Batam

SD Panca Budi Medan

SMP

: SMP Panca Budi Medan

SMA

: SMA Panca Budi Medan (IPS)

SMA Patra Mandiri 1 Plaju (IPS)

Pengalaman Organisasi

:

- **Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen UNSRI (2010-sekarang)**
- **Anggota Ikatan Badan Eksekutif Mahasiswa (2010-2011)**
- **Anggota Entrepreneur Institute Team (2010-sekarang)**

Penghargaan Prestasi

:

- **Olimpiade Ekonomi di Medan Sumatera Utara pada tahun 2009**
- **Juara Umum SMA Panca Budi Medan Program IPS pada tahun 2009**
- **20 Besar delegasi MIST FE UI 2013**
- **Delegasi terbaik MIST FE UI 2013**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen	11
2.1.3 Loyalitas Konsumen	12
2.2 Kerangka Pemikiran.....	14
2.3 Penelitian Terdahulu.....	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	17
3.2 Rancangan Penelitian	17
3.3 Variabel Penelitian.....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel	19
3.5 Penentuan Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.5.1 Populasi.....	25
3.5.2 Sampel.....	25
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6.1 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.6.1.1. Data Primer.....	27
3.6.1.2. Data Sekunder.....	28
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7 Pengukuran Variabel Penelitian	28
3.7.1 Kuesioner.....	28
3.7.2 Wawancara	30
3.7.3 Penelitian Kepustakaan.....	30
3.8 Uji Data.....	30
3.8.1 Uji Validitas Data.....	30
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.9 Teknik Analisa Data.....	32
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.9.2 Uji F (Uji Simultan).....	33
3.9.3 Uji T (Uji Parsial).....	34

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen Penelitian	36
4.1.1 Uji Validitas.....	37
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.1.4 Uji Multikolinearitas.....	42
4.2 Analisis Frekuensi.....	43
4.2.1 Profil dan Perilaku Responden.....	43
4.2.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.2.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48

4.2.1.6	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Perjalanan.....	49
4.2.1.7	Profil Responden Berdasarkan Tempat Pemesanan Tiket..	50
4.2.1.8	Profil Responden Berdasarkan Bersama siapa dalam melakukan perjalanan.....	51
4.2.1.9	Profil Responden Berdasarkan Dari Mana Informasi.....	52
4.2.1.10	Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Jasa Penerbangan.....	53
4.2.1.11	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan.....	54
4.2.2	Penilaian Responden.....	55
4.2.2.1	Penilaian Responden Untuk Bukti Langsung.....	56
4.2.2.2	Penilaian Responden Untuk Keandalan.....	57
4.2.2.3	Penilaian Responden Untuk Ketanggapan.....	58
4.2.2.4	Penilaian Responden Untuk Jaminan.....	60
4.2.2.5	Penilaian Responden Untuk Empati.....	61
4.2.2.6	Penilaian Responden Untuk Kepuasan Konsumen.....	62
4.2.2.7	Penilaian Responden Untuk Loyalitas Konsumen.....	64
4.3	Analisis Deskriptif.....	65
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Independen.....	65
4.3.1.1	Bukti Fisik.....	65
4.3.1.2	Keandalan.....	67
4.3.1.3	Ketanggapan.....	68
4.3.1.4	Jaminan.....	70
4.3.1.5	Empati.....	72
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	75
4.3.2.1	Kepuasan Konsumen.....	75
4.3.2.2	Loyalitas Konsumen.....	76
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.4.1	Uji Koefisien Determinasi.....	80
4.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	83
4.4.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	85
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan.....	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97

DAFTAR PUSTAKA.....	99
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	101
--------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks survei <i>Top Brand index</i> kategori transportasi.....	4
Table 2.1 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.2 Skala Pengujian Reliabilitas	40
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Berdasarkan Perjalanan.....	49
Tabel 4.9 Frekuensi Responden Berdasarkan Tempat Pemesanan	50
Tabel 4.10 Frekuensi Responden Berdasarkan Bersama siapa.....	51
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Berdasarkan Dari Mana Informasi di Dapat	52
Tabel 4.12 Frekuensi Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	53
Tabel 4.13 Frekuensi Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan	54
Tabel 4.14 Penilaian Responden Untuk Bukti Fisik.....	56
Tabel 4.15 Penilaian Responden Untuk Keandalan	57
Tabel 4.16 Penilaian Responden Untuk Ketanggapan.....	58
Tabel 4.17 Penilaian Responden Untuk Jaminan.....	60
Tabel 4.18 Penilaian Responden Untuk Empati.....	61
Tabel 4.19 Penilaian Responden Untuk Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.20 Penilaian Responden Untuk Loyalitas Konsumen.....	64
Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Bukti Fisik.....	66
Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Keandalan.....	67
Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Ketanggapan.....	69
Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Jaminan	71
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Empati.....	73
Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	75

Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	77
Tabel 4.28 Hasil Analisis Regresi Berganda Tahap 1 (Satu).....	79
Tabel 4.29 Hasil Analisis Regresi Berganda Tahap 2 (Dua).....	80
Tabel 4.30 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tahap 1 (Satu).....	81
Tabel 4.31 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tahap 2 (Dua).....	82
Tabel 4.32 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Tahap 1 (Satu).....	83
Tabel 4.33 Uji Signifikansi Simultasn (Uji F) Tahap 2 (Dua).....	84
Tabel 4.34 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Tahap 1 (Satu).....	86
Tabel 4.35 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Tahap 2 (Dua).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Garuda Indonesia	4
Gambar 1.2 Logo <i>Official 4 skytrax of product and services</i>	7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	102
Lampiran 2	105
Lampiran 3	114
Lampiran 4	120
Lampiran 5	127

BAB I

PENDAHULUAN



I. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis pada sektor jasa semakin meningkat pesat seiring dengan bertambahnya persaingan dalam bisnis jasa yang dilakukan oleh perusahaan sehari-hari. Persaingan yang kian meningkat kini menuntut sebagian besar perusahaan untuk lebih fokus kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memenangkan persaingan, karena seiring waktu kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut semakin meningkat dan beragam. Untuk memenuhi hal tersebut yang menentukan keunggulan bersaing perusahaan jasa maka perusahaan diharapkan mampu untuk membuat produk jasa yang diproduksi dapat diterima dan terjual serta mempunyai nilai (*value added*) khusus di benak konsumen, dengan demikian perusahaan jasa harus tahu dan menyadari produk apa yang sebenarnya konsumen inginkan.

Berkenaan dengan kondisi diatas, maka perusahaan jasa dapat mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang dapat diimplementasikan dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen. Salah satu cara yang dapat diterapkan oleh perusahaan jasa untuk menciptakan kepuasan konsumen yakni dengan memberikan suatu kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang konsumen harapkan dengan sebaik-baiknya. Pada dasarnya, konsumen akan membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kinerja yang diterima. Jika jasa yang diterima

kinerja yang diharapkan dengan kinerja yang diterima. Jika jasa yang diterima oleh konsumen lebih tinggi daripada yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang dalam menggunakan suatu produk jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan jasa dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara perusahaan memaksimumkan pelayanan kepada konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pelayanan yang kurang menyenangkan. Karena, *“kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2004)”*.

Sesuai dengan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui strategi kualitas pelayanan yang baik, hal ini dalam jangka panjang dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk berkomitmen dalam menjalin hubungan relasional yang baik dengan perusahaan. Disisi lain, strategi ini merupakan keuntungan bagi perusahaan karena dapat secara berkelanjutan membina hubungan yang kuat dan menjamin kepuasan konsumen akan semakin terpenuhi secara maksimal. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus memberikan kualitas pelayanan secara maksimal guna meningkatkan hubungan kuat dalam jangka panjang dan kepuasan konsumen serta dapat menjaga loyalitas konsumen dengan baik.

Dalam rangka membina hubungan jangka panjang tersebut perusahaan memungkinkan untuk mendapatkan loyalitas yang lebih dari konsumen. Loyalitas konsumen merupakan pada dasarnya merupakan perilaku atas pembelian yang berulang dan secara berkala dari suatu penyedia jasa dan memiliki kecenderungan positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk

menggunakan penyedia jasa tertentu saja. Maka dapat dinyatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan suatu wujud perilaku yang ditimbulkan oleh konsumen dalam sikap melakukan pembelian ulang dan mempertunjukkan sikap positif akan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Salah satu sektor jasa yang sedang berkembang pesat dewasa ini salah satunya adalah transportasi jasa penerbangan. Pertumbuhan sektor jasa penerbangan dari periode ke periode semakin meningkat, hal ini dapat diketahui dari naiknya permintaan angkutan udara pada saat hari libur anak sekolah, hari raya keagamaan dan hari biasa. Tingginya permintaan akan transportasi penerbangan tersebut merupakan implikasi dari meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen jasa penerbangan akan mobilitas antar kota maupun antar negara. Loyalitas dan Kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan dengan baik dan jelas merupakan salah satu hal yang diinginkan oleh penumpang, sehingga kualitas atas layanan yang diberikan akan menjadi aspek yang paling utama pada setiap perusahaan jasa berorientasi laba untuk bersaing dan mendapatkan keunggulan kompetitif daripada perusahaan jasa lainnya.

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk (disingkat (GIA)) yang merupakan salah satu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) adalah maskapai penerbangan nasional Indonesia yang berkonsep sebagai *full service airline* (maskapai dengan pelayanan penuh) yang menyelenggarakan jasa penerbangan nasional dan internasional. GIA melayani 33 (tiga puluh tiga) tujuan domestik dan 18 (delapan belas) tujuan internasional di Asia (Regional Asia Tenggara, Timur Tengah, Cina, Jepang dan Korea Selatan), Australia dan Eropa (Belanda). Sehubungan dalam

meluncurkan pelayanan baru yang dinamakan “*Garuda Indonesia Experience*”. Layanan baru ini menawarkan konsep yang mencerminkan keramahan asli Indonesia dalam segala aspek. Dalam rangka mendukung layanan tersebut, GIA melengkapi seluruh armada baru dengan *interior* canggih didalam kabin yang dilengkapi LCD layar sentuh individual diseluruh kelas *eksekutif* dan ekonomi. Selain itu, penumpang juga dimanjakan dengan *Audio and video on demand* (AVOD), yaitu sistem hiburan yang menawarkan berbagai pilihan menu film atau lagu, sesuai pilihan masing-masing penumpang. (<http://www.garuda-indonesia.com>) diakses 15 Oktober 2013)

Gambar 1.1



Logo Garuda Indonesia *Airlines* .

Sumber : (<http://www.garuda-indonesia.com>)

GIA yang berdiri pada tanggal 26 (Dua puluh enam) Januari 1949 (Sembilan belas empat puluh Sembilan) selain merupakan maskapai penerbangan yang tertua di Indonesia, GIA dewasa ini telah menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Indonesia hal ini dapat dibuktikan dengan disematkannya penghargaan *Top Brand* pada periode 2011-2013 dalam kategori transportasi

yakni Airlines. Dalam penghargaan tersebut GIA bersaing dan berhasil mengungguli dibandingkan dengan maskapai penerbangan domestik dan internasional lainnya seperti Lion Air, Air Asia, Sriwijaya Air, Batavia Air, Merpati dan Singapore Airlines.

Tabel 1.1. Matriks survei *Top Brand Index* kategori transportasi

MEREK	TAHUN SURVEI		
	2011	2012	2013
Garuda Indonesia	47,4 %	43,6 %	41,2 %
Lion Air	22,2 %	25,9 %	30,8 %
Air Asia	6,8 %	7,8 %	9,9 %
Sriwijaya Airlines	3,8 %	4,4 %	5,8 %
Batavia Air	7,7 %	7,1 %	5,8 %
Merpati Air	4,4 %	3,8 %	2,6 %

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result>

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa GIA dalam 3 (tiga) tahun berturut-turut terpilih menjadi *Top Brand* pada kategori Airlines dan menjadi pilihan utama bagi konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan. Hal ini menunjukkan

bahwa GIA masih cukup diminati oleh konsumen, walaupun GIA adalah maskapai yang termasuk dalam kelas menengah keatas. *Top Brand Index* diukur dengan menggunakan 3 (tiga) parameter, yaitu *top of mind awareness* (yaitu didasarkan atas merek yang pertama kali disebut oleh responden ketika kategori produknya disebutkan), *last used* (yaitu didasarkan atas merek yang terakhir kali digunakan/ dikonsumsi oleh responden dalam 1 (satu) *re-purchase cycle*), dan *future intention* (yaitu didasarkan atas merek yang ingin digunakan/ dikonsumsi di masa mendatang). Keunggulan dan masuknya GIA dalam *Top Brand* yang tercantum dalam matriks diatas merupakan alasan dasar ketertarikan bagi peneliti untuk mengangkat tema penelitian mengenai jasa penerbangan Garuda Indonesia.

Pada tahun 2010, GIA berhasil menorehkan prestasi dengan meraih berbagai penghargaan yang dibuktikan dengan penobatan yang dilakukan *skytrax* sebagai “*Four Star Airline*” dan sebagai “*The Most Worlds Best Improved Airlines*”. Dan selanjutnya pada juli 2012, GIA mendapatkan penghargaan sebagai “*Worlds Best Regional Airlines*” dan “*Maskapai Regional Terbaik Di Dunia*”. Serta penghargaan sebagai “*Maskapai Yang Paling Merubah Haluan Tahun Ini*” yang diberikan oleh sebuah lembaga konsultasi penerbangan yang bernama *Center for asia aviation (CAPA)* yang berpusat di Sydney, Australia. Berdasarkan penghargaan dan prestasi internasional yang telah diraih tersebut, menunjukkan bahwa GIA memiliki komitmen yang tinggi dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik serta memperhatikan kepuasan konsumen dalam melakukan aktivitas penerbangan guna meningkatkan loyalitas penumpang GIA itu sendiri.

Gambar 1.2



Logo Official 4 Startrax Ranking Of Product And Service

Sumber : (id.wikipedia.org)

Berdasarkan latar belakang dan fenomena masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen tersebut diatas. Untuk itu maka penulis mengangkat judul penelitian yakni: "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya kepada Loyalitas dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines (Studi Kasus pada konsumen Garuda Indonesia Airlines di kota Palembang)".

II. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, serta empati terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia di Kota Palembang?
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia di Kota Palembang ?

III. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis seberapa besar pengaruh bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel bebas manakah yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berdampak terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia di Kota Palembang.

IV. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan informasi dan pertimbangan bagi perusahaan jasa dalam menciptakan suatu sistem kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen.
2. Bagi masyarakat umum, penelitian diharapkan dapat menjadi sumber masukan dan tambahan pengetahuan mengenai PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero) Tbk.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandu Yunus, Muh. 2013. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) Rayon Makassar Barat*. Universitas Hassanudin. Makassar
- Bold dan Walker. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT Erlangga, Jakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Griffin, Jill. 2002. *Consumer loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan pelanggan*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Iski, Fitriah. 2011. *Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa kereta ekspres pakuan bogor (studi kasus kereta ekspres Jakarta-bogor)*. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Kotler dan Armstrong, 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Sembilan, Jilid Ke-3, PT Indeks Gramedia, Jakarta.
- Lovelock, Christopher.2010. *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, dan strategi)*. PT Erlangga, Jakarta
- Lovelock,C.H. dan L.K.Wright. 2005. *Pemasaran Jasa. Edisi Bahasa Indonesia*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lupiyoadi.Rambat, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi dua, Salemba Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Mowen dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran : Konsep Dan Aplikasi Dalam Penelitian*. Palembang: Penerbit Universitas Sriwijaya.
- Parasuraman,A., V. A. Zeithaml, dan L.L.Berry,1985, *A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implication for Future Research, Journal of*

Marketing, Vol. 49. (Musim Gugur).

- Permana Bagus, Aris. 2012. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines*
- Puspowarsito, H.A.H. 2008. *Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN- JP*. Gramedia Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F . 1997. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta .
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Edisi Keempat. Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, J. Dan Chandra. G. 2005. *Service, Quality Satisfaction*. ANDI, Yogyakarta.

Sumber dan referensi lain :

www.garuda-indonesia.com

id.wikipedia.org

<http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result>