

Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention* pada Industri Penerbangan *Low Cost Carriers* Rute Domestik di Surabaya

Melani Silvia

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Melanisilvia23@yahoo.com

Abstrak - Jumlah penduduk di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan minat bepergian masyarakat. Banyaknya masyarakat yang belum menggunakan pesawat sebagai alat transportasi menjadikan penerbangan sebagai bisnis yang potensial. Data Badan Pusat Statistik yang menunjukkan jumlah penerbangan dalam negeri di Indonesia terus mengalami peningkatan, dimana peningkatan penerbangan di Indonesia sebagian besar didorong oleh *low cost carriers* (LCC). Beberapa penemu menemukan bahwa layanan yang berkualitas akan mendorong kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan akan mendorong *behavioral intention* (*word of mouth, repurchase intention, dan feedback*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention* pada pelanggan *low cost carriers airlines* Indonesia di Surabaya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 170 responden *low cost carriers* di Surabaya yang pernah terbang dengan rute domestik dalam 6 bulan terakhir. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan *software* SPSS dan metode pengolahan *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan 5 dari total 7 hipotesis diterima. Hipotesis yang ditolak adalah adanya pengaruh positif *ground staff* terhadap *customer satisfaction* serta adanya pengaruh negatif *customer satisfaction* terhadap *feedback*. Hubungan antara *ground staff* terhadap *customer satisfaction* tidak terbukti karena variabel tidak berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ditemukan adanya hubungan yang positif antara *customer satisfaction* terhadap *feedback*.

Kata kunci : Kualitas layanan, Kepuasan Pelanggan, Niat Berperilaku, Maskapai Berbiaya Rendah

Abstract – The population in Indonesia continues to increase along with the increase in interest in traveling communities. The number of people who do not use the aircraft as a means of transport to make flying as a potential business. Central Bureau of Statistics data showing the number of domestic flights in Indonesia continues to increase, with the increase in cost in Indonesia is largely driven by low cost carriers (LCC). Some inventors have found that the quality of service that will drive customer satisfaction, customer satisfaction which will encourage behavioral intention (*word of mouth, repurchase intention, and feedback*).

The purpose of this study is to investigate and analyze the effect of service quality on customer satisfaction and customer behavioral intention on low cost carriers on the airlines Surabaya Indonesia. This study used a sample of 170 respondents of low cost carriers in Surabaya ever fly domestic routes in the last 6 months. In this study the data were processed using SPSS software and processing methods Structural Equation Model (SEM).

The results of this study showed 5 out of 7 total hypothesis is accepted. The hypothesis is rejected is the positive influence of ground staff to customer satisfaction as well as the negative effect on customer satisfaction feedback. The relationship between ground staff on customer satisfaction is not proven because the variable has no significant effect. In the studies found a positive relationship between customer satisfaction to feedback.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intention, Low Cost Carriers*

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk dalam daftar 10 negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia dengan menempati urutan ke-4. Banyaknya jumlah penduduk turut meningkatkan minat bepergian masyarakat Indonesia. Pada tahun 2013, tercatat 248 juta perjalanan wisata.

Dari total 242 juta penduduk di Indonesia, baru sekitar 39% penduduk yang menggunakan pesawat sebagai alat transportasi. Hal ini menjadikan penerbangan sebagai pasar yang potensial. Agar perjalanan wisata lancar, masyarakat membutuhkan dukungan moda transportasi. Dari seluruh moda transportasi yang dapat digunakan untuk berwisata, Detik travel menemukan fakta bahwa pesawat menjadi moda terfavorit.

Terpilihnya pesawat sebagai moda transportasi favorit dalam berwisata didukung tren penerbangan di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dari 3 jenis maskapai, *Chief Operating Officer Customer Airbus John Leahy* menemukan fakta bahwa peningkatan penerbangan di Indonesia terutama didorong oleh maskapai *low cost carriers* (LCC). Terdapat 4 maskapai penerbangan yang ada di Indonesia dengan masing-masing keunggulan dan kelemahan, yang tertera pada tabel 1.

Tabel 1
Keunggulan dan Kelemahan LCC di Indonesia

LCC	Tahun berdiri	Keunggulan	Kelemahan
Lion Air	1999	Lebih lama berdiri di bisnis LCC, memiliki pangsa pasar domestik terkuat dengan 55 rute domestik (BusinessLuonge), memiliki 5 anak perusahaan yaitu: Batik Air, Wings Air, Lion Bizjet, Malindo Airways, dan Thai Lion Air	Belum kuatnya pangsa pasar rute internasional dengan 4 rute internasional
Citilink	2001	Anak perusahaan Garuda Indonesia yang notabene sudah dikenal, mengalami peningkatan jumlah penumpang dan mencatat OTP yang cukup baik	Sedang melakukan rebranding dalam rangka mengubah <i>image</i> perusahaan
Indonesia Air Asia	2005	Berstandar internasional, memiliki pangsa pasar internasional terkuat, memiliki banyak penghargaan berskala Internasional	Belum kuatnya pangsa pasar rute domestik
TigerAir Mandala	2013	Bergabung dengan TigerAir group sehingga pendanaan dan pengelolaan lebih baik	Belum lama berdiri, baru saja melakukan restrukturisasi, keterbatasan data tahunan

Studi lain menemukan bahwa *service quality* punya pengaruh tidak langsung terhadap *behavioral intention* dengan perantara *customer service*. Penelitian dilakukan pada berbagai industri. Adanya penemuan-penemuan menunjukkan bahwa penting bagi perusahaan jasa untuk mengukur *service quality* dan *customer satisfaction* agar dapat mempengaruhi *behavioral intention* pelanggan yang nantinya akan mempengaruhi *profit* perusahaan. Untuk memperkuat dugaan adanya pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention*, dilakukan penyebaran kuesioner sigi awal secara acak kepada 30 responden pelanggan maskapai penerbangan LCC. Kuesioner sigi menunjukkan hasil bahwa pelanggan yang berpendapat kualitas layanan maskapai penerbangan unggul cenderung puas terhadap layanan dan memiliki kecenderungan melakukan *behavioral intention*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention* pada industri LCC di Indonesia. Manfaat penulisan ini adalah:

1. Pembaca mengetahui pentingnya *service quality*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention* bagi industri penerbangan LCC di Indonesia.
2. Pembaca mendapat wawasan tentang *service quality*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention*.

3. Sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan yang diteliti agar kedepan dapat melakukan perbaikan.

METODE PENELITIAN

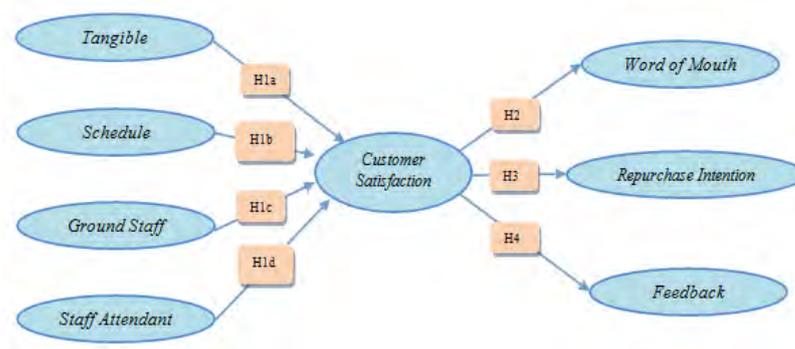
Penelitian ini merupakan *applied business research*. Berdasarkan jenisnya, penelitian ini adalah *causal explanatory research*. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian hubungan sebab-akibat dari *service quality*, *customer satisfaction*, *word of mouth*, *repurchase*, dan *feedback* berdasarkan teori. Menurut teknikny, penelitian ini adalah *experimental research*.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner.

Dalam penelitian ini digunakan aras interval dengan skala pengukuran skala pengukuran *numerical*. Dalam penelitian ini, alternatif jawaban disediakan untuk aras interval disusun berdasarkan *likert-type scale* yaitu skala yang meminta responden untuk memberikan penilaian pada serangkaian pernyataan yang diukur dalam 7 skala jenjang.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dengan *software Analysis of Moment Structure (AMOS) 18*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak teridentifikasi maka besarnya sampel akan dihitung menggunakan *non-probability sampling*. Metode yang dipilih adalah *convinience sampling*. Penelitian ini menggunakan 30 *estimated parameter*, sehingga ukuran minimum sampel adalah $5 \times 30 = 150$ sampel. Gambar 1 menunjukkan model penelitian yang akan digunakan dalam olah data.

Gambar 1
Model Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Service quality dalam penelitian ini digambarkan oleh 4 dimensi, yakni: *tangible*, *schedule*, *ground staff*, dan *staff attendant*. Keseluruhan *service quality* maskapai penerbangan LCC mendapat penilaian mean sebesar 5,18 dengan standar deviasi rata-rata sebesar 1,23. Mean tertinggi diraih dimensi *staff attendant* dengan mean sebesar 5,51. *Staff attendant* merupakan bagian yang langsung terlihat dan diperhatikan pelanggan dalam penerbangan, sedangkan mean terendah dibanding dimensi lainnya adalah dimensi *schedule* dengan nilai mean 4,66. Dimensi *schedule* mendapat penilaian yang lebih rendah dibanding dimensi lain karena jadwal penerbangan menjadi faktor yang sensitif dalam gambaran kualitas layanan, hal ini berkaitan pula dengan seringnya terjadi penundaan penerbangan.

Hasil penelitian variabel *customer satisfaction* mendapat mean sebesar 5,14 dengan standar deviasi sebesar 1,19. Hasil mean ini berarti pelanggan LCC merasa senang setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil jasa maskapai penerbangan LCC dan harapan-harapannya.

Behavioral intention maskapai penerbangan LCC mendapat mean sebesar 4,84 dengan standar deviasi 1,34. Mean tertinggi diantara variabel dalam *behavioral intention* adalah variabel *repurchase intention* dengan nilai sebesar 5,11, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang daripada melakukan *behavioral intention* yang lain. Mean yang paling rendah dibanding variabel lain adalah variabel *feedback* dengan nilai sebesar 4,51, karena pelanggan yang ingin memberikan masukan terhadap perusahaan seringkali menghadapi kesulitan dalam menemukan sarana untuk menyampaikan *feedback* serta minimnya inisiatif untuk meminta *feedback* dari pelanggan.

Hasil pengujian hubungan antar variabel menunjukkan 5 dari 7 hipotesis diterima, dengan pengaruh terbesar adalah *customer satisfaction* terhadap *word of mouth* (*estimate* = 0,814), pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan maskapai penerbangan kepada lingkungan terdekat, dimulai dari keluarga, kerabat dan teman. Pengaruh terendah adalah *schedule* terhadap *customer satisfaction* (*estimate* = 0,332). Jadwal penerbangan menjadi dimensi yang cukup

penting karena seringkali terjadi permasalahan yang berkaitan dengan jadwal penerbangan sehingga tinggi-rendahnya penilaian dimensi *schedule* akan mempengaruhi penilaian terhadap *customer satisfaction*.

Tabel 2
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian ke-	Hubungan	Estimate	T-value	Sig.	Keputusan	Hasil pengujian hipotesis
H1a	CS ← T	0,454	2,444	0,015	Signifikan	H1 diterima, ada pengaruh positif
H1b	CS ← S	0,332	2,846	0,004	Signifikan	H1 diterima, ada pengaruh positif
H1c	CS ← GS	0,042	0,157	0,875	Tidak signifikan	H1 ditolak, tidak ada pengaruh positif
H1d	CS ← SA	0,511	2,258	0,24	Signifikan	H1 diterima, ada pengaruh positif
H2	W ← CS	0,814	9,824	***	Signifikan	H1 diterima, ada pengaruh positif
H3	R ← CS	0,800	9,509	***	Signifikan	H1 diterima, ada pengaruh positif
H4	F ← CS	0,571	5,318	***	Signifikan	H1 ditolak, tidak ada pengaruh negatif

Hipotesis yang ditolak adalah dugaan adanya pengaruh dimensi *ground staff* terhadap *customer satisfaction*. Uji *T-value* menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Interaksi dan komunikasi yang dilakukan staf maskapai dengan pelanggan hanya dilakukan dengan singkat dan proses berlangsung sesuai dengan prosedur standar yang telah ditetapkan maskapai penerbangan. Hal ini membuat kesan pelanggan terhadap *performance* staf maskapai penerbangan LCC tidak begitu dalam. Selain itu, hipotesis yang ditolak adalah pengaruh *customer satisfaction* terhadap *feedback*, dimana tidak terdapat hubungan negatif. Hal ini dikarenakan pelanggan seringkali enggan dan tidak mengetahui media untuk menyampaikan *feedback*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum pelanggan menilai layanan maskapai penerbangan LCC unggul dan bermutu (mean = 5,18) dan merasa puas dengan layanan yang diberikan maskapai LCC setelah membandingkan antara persepsi dengan harapan.

Pelanggan juga memiliki keinginan untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang, dan menggunakan jasa maskapai penerbangan LCC (mean = 4,84). Hasil uji pengaruh menunjukkan 5 dari 7 hipotesis diterima dengan pengaruh terbesar adalah pengaruh *customer satisfaction* terhadap *word of mouth*, pengaruh terendah adalah *customer satisfaction* terhadap *schedule*, dimana hipotesis yang ditolak adalah pengaruh *ground staff* terhadap *customer satisfaction* dan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *feedback*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki pada penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan penelitian:

- a. Dalam penelitian ini, identitas responden kurang digambarkan dengan jelas, identitas seperti pendapatan, pekerjaan, dan tujuan penerbangan. Untuk itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti menggambarkan identitas responden dengan lebih detail.
- b. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner, sedangkan peneliti seharusnya bisa menggunakan alat penelitian yang lain, sehingga penelitian dapat ditinjau dari sudut pandang yang lain.
- c. *Behavioral intention* dalam Kotler terdiri dari 4 variabel, sedangkan penelitian ini menggunakan 3 variabel. Untuk itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah variabel dengan menambahkan variabel loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

Anandya, Duddy, Supriyadi, 2005, Riset Pemasaran Prospektif dan Terapan, Bayumedia Publishing.

Chandra, Meilyawati, 2011, "Pengaruh *Brand Community Identification* terhadap *Behavioral Intentions* Melalui *Normative Community Pressure* dan

Community Engagement pada Komunitas Blackberry di Surabaya”, Skripsi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, Dimensi : xv, 139, 30.

Ferdinand, Augusty, 2006, *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen, edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ha, Jooyeon, Jang, SooCheong (Shawn) (2012) *The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception*, Journal of Services Marketing, Vol. 26 Iss: 3, pp.204 – 215.

Hair, Joseph, F., Black, et al, 2006, *Multivariate Data Analysis*, 6th edition. International edition, Upper Saddle River: Prentice Hall Inc, New Jersey.

Japariato, Edwin, 2006, “Budaya dan *Behavior Intention* Mahasiswa dalam Menilai *Service Quality* Universitas Kristen Petra”, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 1, April 2006: 44-52.

Kline, Rex, B., 2005, *Principles and Practice of Structural Equation Modelling*, 2nd edition, The Guilford Press.

Kotler, Philip, etc., 2008, *Principles of Marketing, Fifth edition*, Financial Times Press, ISBN-10: 0273720643.

Prayogo, Rony, Nehemia, 2012, Pengaruh *Relational Benefits* terhadap *Word of Mouth* melalui *Service Relationship Quality* pada Auto 2000 di Surabaya, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya.

Saha, Gour, C., Theingi, 2009, *Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand*, *Managing Service Quality* Vol. 19 No. 3, pp. 350-372.

Singarimbun dan Effendi, 2006, *Metode Penelitian Survei*, edisi revisi, Jakarta: LP3ES, Jakarta.

Sulayman, Margaretha Maria, 2012, Pengaruh Dimensi *Service Quality Terhadap Customer Satisfaction* dan *Trust Terhadap Customer Loyalty* BCA di Surabaya, Skripsi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya.

Susanto, Leo, 2011, Pengaruh *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Behavioral Intention* pada Pelanggan *Fitness Centre* di Surabaya, Thesis, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya.

Warta Ekonomi, Septeber 2012, Artikel Adu Strategi Garuda Vs Lion, halaman 27.

Zikmund, William, G., 2011, *Business Research Methods*, 8th edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publisher, Fort, Texas.

<http://www.airasia.com/id/id/home.page> diunduh pada 2 Februari 2014

<http://www.tigerair.com/id/en/> diunduh pada 2 Februari 2014

<http://www.lionair.co.id/> diunduh pada 2 Februari 2014

<http://www.citilink.co.id/> diunduh pada 2 Februari 2014

<http://www.merdeka.com/gaya/10-negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-indonesia-ke-4.html> diunduh pada 3 Februari 2014

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/05/23/19393485/Pendapatan.Indonesia.AirAsia.Naik.34.Persen> diunduh pada 3 Februari 2014

<http://www.investor.co.id/home/51-persen-wisman-berwisata-gunakan-pesawat/67680> diunduh pada 8 Februari 2014

<http://m.merdeka.com/uang/lebih-dari-setengah-penduduk-indonesia-belum-pernah-naik-pesawat.html> diunduh pada 8 Februari 2014

<http://www.tempo.co/read/news/2012/03/29/090393356/Mandala-Bidik-Kelas-Menengah> diunduh pada 8 Februari 2014

<http://hbr.org/1990/09/zero-defections-quality-comes-to-services/ar/1> diunduh pada 8 Februari 2014

<http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl57866/node/28862> diunduh pada 8 Februari 2014

<http://travel.okezone.com/read/2014/02/11/407/939131/kalangan-atas-bertambah-wisnus-asal-jawa-mendominasi> diunduh pada 9 Februari 2014

<http://www.sayangi.com/ekonomi/ekuin/read/9776/jumlah-kelasmenengah-meningkat-signifikan-jadi-56-6> diunduh pada 9 Februari 2014

http://travel.detik.com/readerchoice/read/2014/01/28/070322/2480078/1382/2/ternyata-ini-alat-transportasi-paling-disuka-untukliburan#menu_stop diunduh pada 9 Februari 2014

<http://www.beritasatu.com/fokus/106479-industripenerbanganyang-kiankompetitif.html> diunduh pada 9 Februari 2014

<http://travel.detik.com/read/2013/02/22/100404/2176747/1382/hampirseparuh-orang-indonesia-pilih-naik-maskapai-bujet> diunduh pada 9 Februari 2014

<http://economy.okezone.com/read/2012/07/26/320/669085/pascaakuisisi-airasia-targetkan-14-juta-penumpang> diunduh pada 9 Februari 2014

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab1/2011-2-00615-mn%20bab%202.pdf> diunduh pada 17Februari 2014

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/feedback?q=feedback> diunduh pada 17 Februari 2014

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komunikasi-word-of-mouth-wom.html> diunduh pada 17 Februari 2014

<http://www.scribd.com/doc/74480190/Teori-Repurchase-Intention> diunduh pada
17 Februari 2014

<http://kbbi.web.id/jadwal> diunduh pada 20 Februari 2014

<http://kbbi.web.id/pramugari> diunduh pada 20 Februari 2014

[http://www.sekolahpramugaripas.com/tugas-pendidikan-ground-staff-airlines
maskapai-penerbangan/](http://www.sekolahpramugaripas.com/tugas-pendidikan-ground-staff-airlines-maskapai-penerbangan/) diunduh pada 20 Februari 2014

<http://teorionline.wordpress.com/tag/kriteria-goodness-of-fit-sem/> diunduh pada
20 februari 2014