
PENGARUH WAKTU TUNGGU, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASKAPAI XYZ TERMINAL 1B DI BANDARA SOEKARNO HATTA

Seri Warsih
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara
sryk_wiski@yahoo.com

Abstract : This study aims to determine the effect of waiting time, price and quality of service to customer satisfaction and analyze the most dominant variable affecting consumer satisfaction. Based on the results of this study is expected to realize the management of companies more effective and efficient. Population in this research is all passengers who use flight service from XYZ terminal terminal 1b at the Soekarno Hatta Airport Tangerang. Sampling technique conducted by the writer is Purpose Sampling, so that in the study only taken 100 passengers using XYZ airline. Method of data collection using questionnaire method and data analysis method using quantitative analysis with hypothesis proof. Hypothesis testing conducted is classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), "t" test and "F" test. Based on the results of data analysis and hypothesis testing, it can be concluded as follows: 1) waiting time partially influential and significant to customer satisfaction, 2) price partially influential and significant to customer satisfaction, 3) quality of service partially significant and significant customer satisfaction, 4) waiting time, price and service quality simultaneously have an effect on and significant to consumer satisfaction.

Keywords: waiting time, price, service quality, consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Transportasi atau pengangkutan merupakan bidang yang sangat penting untuk memperlancar roda pembangunan, perekonomian, serta kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Menurut Salim (1993:1), Transportasi sebagai penggerak perekonomian memang sudah tidak diragukan lagi, karena tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu Negara. Semakin padatnya arus perpindahan orang dan barang dari suatu bagian Negara ke bagian Negara lainnya menyebabkan semakin berkembangnya jenis transportasi. Salah satu jenis transportasi yang pada masa sekarang banyak digunakan oleh masyarakat ialah jenis transportasi angkutan udara.

Maskapai penerbangan XYZ merupakan salah satu maskapai penerbangan nasional yang mencoba untuk menerapkan penerbangan bertarif rendah / murah (*Low Cost Carrier*). Maskapai penerbangan ini juga merupakan salah satu maskapai penerbangan yang sering mengalami permasalahan yang menyebabkan tidak terpenuhinya pelayanan secara maksimal kepada konsumen baik berupa kerugian waktu, financial, tenaga, barang kenyamanan, keselamatan dan lainnya. Beberapa kerugian yang sering dialami oleh penumpang ialah mengenai keterlambatan penerbangan (*flight delayed*), pembatalan penerbangan (*cancelation of flight*) hingga permasalahan yang masih banyak dikeluhkan oleh penumpang yakni mengenai waktu tunggu serta kualitas pelayanan yang diberikan.

Penyelenggaraan penerbangan oleh penyedia jasa transportasi udara tidak terlepas dari permasalahan yang ada yang menyebabkan tidak terpenuhinya pelayanan secara maksimal kepada konsumen baik berupa kerugian waktu, financial, tenaga, barang kenyamanan, keselamatan dan lainnya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya adalah waktu tunggu, harga dan kualitas layanan.

Pertama, yaitu waktu tunggu yang menjadi masalah di banyak instansi, tidak terkecuali di penerbangan sekalipun. Waktu tunggu yang lama berisiko menurunkan

kepuasan konsumen dan dapat menurunkan mutu pelayanan jasa penerbangan itu sendiri. Waktu tunggu yang tidak efisien dapat mengundang ketidakpuasan konsumen akan sebuah pelayanan.

Kedua, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Gitosudarmo (2000 : 32) “ Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjualan melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli”. Harga juga merupakan salah satu syarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.

Ketiga, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2008:70) mengemukakan “kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat kualitas layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan”. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam usaha untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan harus menitik beratkan intensitas kegiatan pelayanan yang berwibawa dan ramah agar kepuasan konsumen dapat tercapai. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan konsep kualitas layanan (*service quality*).

Berdasarkan masih banyaknya permasalahan penerbangan yang dialami oleh maskapai penerbangan XYZ yang merugikan penumpang/konsumen dan tidak diikuti dengan pemberian kompensasi yang seharusnya mereka peroleh sesuai dengan apa yang telah diatur baik dalam peraturan perundang-undangan yang artinya bahwa maskapai penerbangan XYZ ini berada dibawah standar yang ada. Oleh karena alasan tersebut penulis melakukan penelitian berkaitan dengan waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan dalam hal memenuhi kepuasan konsumen dan berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Waktu Tunggu, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Maskapai XYZ Terminal 1B di Bandara Soekarno Hatta”.

TINJAUAN PUSTAKA

Waktu tunggu

Waktu tunggu adalah waktu yang dipergunakan oleh penumpang/konsumen untuk mendapatkan pelayanan dan segala proses dari awal sampai akhir hingga konsumen mendapatkan pelayanan tersebut.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjualan melalui tawar-menawar.

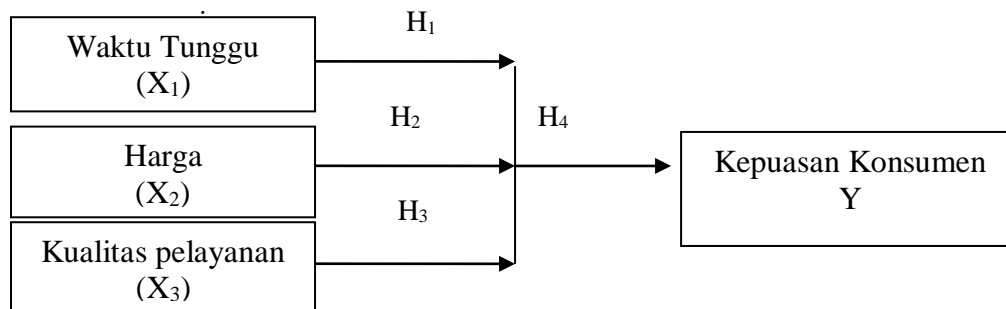
Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2007 :59) pengertian “ kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” Dengan kata lain, kualitas pelayanan dapat didefinisikan “ Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2005: 22) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

- H₁ : Waktu tunggu secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H₂ : Harga secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H₃ : Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H₄ : Waktu tunggu, harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Sumber dan Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung dan observasi yang dilakukan oleh peneliti.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan maskapai XYZ. Sampel untuk penelitian ini adalah penumpang maskapai XYZ dengan jumlah 100 responden. Menurut Supranto (2001 :14), ukuran sampel minimal 30 responden adalah tepat, dimana semakin besar sampel maka akan memberikan hasil yang lebih akurat.

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel

Variabel yang akan digunakan di dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (waktu tunggu, harga dan kualitas layanan) dan variabel terikat (kepuasan konsumen)

Operasionalisasi Variabel

Menurut Aritonang (2007 : 116), definisi operasional variabel penelitian berisi semua kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data empiris kuantitatifnya. Merupakan spesifikasi mengenai apa yang akan diukur dan bagaimana cara mengukurnya.

Skala pengukuran yang digunakan didalam kuesioner adalah skala likert. Menurut Sekaran (2003), skala likert didesain untuk mengukur angka-angka yang mempunyai gradasi dari sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas dan sangat puas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut hasil pengujian validitas yang dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Uji Validitas

Varibel	Indikator	Koefisien Korelasi	Kesimpulan
Waktu Tunggu (X1)	X1.1	0,521	Valid
	X1.2	0,428	Valid
	X1.3	0,507	Valid
	X1.4	0,491	Valid
	X1.5	0,407	Valid
	X1.6	0,521	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,485	Valid
	X2.2	0,471	Valid
	X2.3	0,367	Valid
	X2.4	0,426	Valid
	X2.5	0,457	Valid
Kualitas Layanan (X3)	X3.1	0,587	Valid
	X3.2	0,679	Valid
	X3.3	0,560	Valid
	X3.4	0,765	Valid
	X3.5	0,686	Valid
	X3.6	0,640	Valid
	X3.7	0,775	Valid
	X3.8	0,587	Valid
	X3.9	0,679	Valid
	X3.10	0,560	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	X3.11	0,765	Valid
	X3.12	0,686	Valid
	X3.13	0,640	Valid
	X3.14	0,775	Valid
	X3.15	0,560	Valid
	X3.16	0,765	Valid
	X3.17	0,686	Valid
	X3.18	0,640	Valid
	X3.19	0,775	Valid
	Y1	0,369	Valid
Y2	0,433	Valid	
Y3	0,552	Valid	
Y4	0,563	Valid	

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017

Dari hasil perhitungan untuk uji validitas variabel bebas waktu tunggu (X1), harga (X2), kualitas layanan (X3) dan variabel terikat kepuasan konsumen (Y) setiap masing-masing item pernyataan akan dibandingkan antara r hitung dengan r kritis (Product Moment $\alpha = 5\%$, $n-df-1=100 - 3 - 1 = 96$, r kritis = 0,1965). Bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun variabel terikat menunjukkan valid, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas semua instrumen yang diperoleh rata-rata lebih besar dari 0,1965 (r kritis) .

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pengambilan

keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan membandingkan nilai r alpha hitung dengan nilai *Alpha cronbach* (0,60), apabila nilai r alpha hitung > 0,60 maka adalah reliabel (Jogiyanto, 2004 : 120). Berikut hasil pengujian Reliabilitas:

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai r Alpha Hitung	Nilai (alpha cronbach)	Status
Waktu Tunggu	0,712	0,60	Reliabel
Harga	0,690	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan	0,947	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,688	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017

Dari data tabel diatas terlihat rata-rata nilai alpha hitung > 0,60 atau r alpha hitung mendekati angka 1, ini menunjukkan bahwa semua instrumen dari setiap variabel adalah reliabel artinya instrumen yang digunakan konsisten dalam memberikan penilaian atas objek yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal dapat dilakukan uji statistik *nonparametric Kolmogorov – Smirnov (KS) test*. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3
Nilai Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35390028
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.743
Asymp. Sig. (2-tailed)		.638

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai Kolmogorov - Smirnov Test sebesar 0,743 dan signifikan pada 0,638 , maka H_0 diterima yang berarti data berdistribusi normal. Model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen melalui ke 3 variabel bebas yakni waktu tunggu, harga dan kualitas layanan.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) pada model regresi. Multikolinearitas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Selain itu juga dapat diketahui melalui *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Berikut hasil uji Multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
 Hasil Uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

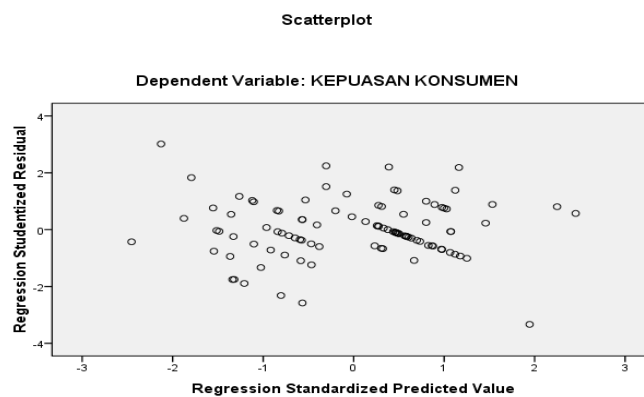
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
WAKTU TUNGGU	.492	2.034
HARGA	.571	1.750
KUALITAS LAYANAN	.463	2.161

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *tolerance* dan VIF < dari 10 sehingga dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data sehingga dapat dilanjutkan pada analisis berikutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.



Gambar 2
Grafik Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Gambar diatas menunjukkan bahwa grafik yang ditunjukkan dengan titik-titik tersebut berpolanya acak serta tersebar, maka tidak terjadi heteroskedastisitas .

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel waktu tunggu, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
-------	-----------------------------	---------------------------

		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.159	.889	
	WAKTU TUNGGU	.161	.045	.338
	HARGA	.118	.057	.184
	KUALITAS LAYANAN	.066	.019	.342

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data Primer yang sudah diolah, 2017

Dari tabel di atas didapat $a = 6.159$, $b^1 = 0.161$, $b^2 = 0.118$ dan $b^3 = 0.066$ sehingga dapat diketahui persamaan regresinya adalah :

$$Y = 6.159 + 0.161 X_1 + 0.118 X_2 + 0.066 X_3 + \epsilon$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah sebesar **6.159**, artinya bahwa apabila terdapat variabel waktu tunggu, harga dan kualitas layanan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan dengan nilai **6.159**. Nilai regresi untuk variabel waktu tunggu (b_1) menunjukkan nilai **0.161** dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila waktu tunggu semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Nilai regresi untuk variabel harga (b_2) adalah sebesar **0.118** dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila penerapan sistem harga yang semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Nilai regresi untuk variabel kualitas layanan (b_3) adalah **0.066** dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan yang diberikan semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai regresi terbesar dimiliki oleh variabel waktu tunggu. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada maskapai XYZ yang ada di Terminal 1B Bandara Soekarno Hatta adalah waktu tunggu.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase kontribusi variabel waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 6
Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.559	1.375

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, HARGA, WAKTU TUNGGU

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data Primer yang sudah diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi ($R = 0,756$). Artinya bahwa variabel bebas yang diamati mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel terikat. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,572 yang berarti 57,2% variabel

bebas mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan 42,8% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji F

Uji Hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan uji F hitung dengan ketentuan apabila F hitung > F tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila F hitung < F tabel maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian F dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 7
Hasil Nilai F- Hitung
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.718	3	80.906	42.800	.000 ^a
	Residual	181.472	96	1.890		
	Total	424.190	99			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, HARGA, WAKTU TUNGGU

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Pengaruh secara simultan antara waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 42.800 dengan sig. 0,000 lebih kecil (<) $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (secara parsial) terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung > t tabel atau signifikan < $\alpha (0,05)$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan jika t hitung < t tabel atau signifikan > $\alpha (0,05)$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak artinya secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8
Nilai t- Hitung
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.931	.000
	WAKTU TUNGGU	3.549	.001
	HARGA	2.082	.040
	KUALITAS LAYANAN	3.483	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2017

a. Pengaruh secara parsial antara waktu tunggu terhadap kepuasan konsumen sebesar 3.549 dengan sig. 0,001 lebih kecil (<) $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan

- diterimanya hipotesis yang menyatakan waktu tunggu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 2.082 dengan sig. 0,040 lebih kecil ($<$) $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Pengaruh secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 3.483 dengan sig. 0,001 lebih kecil ($<$) $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik secara simultan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dikarenakan dari perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel, yaitu dimana nilai F hitung (42.800) $>$ F tabel (2.698) dan nilai signifikannya $0,000^a < 0,05$.
2. Hasil uji statistik secara parsial dimana variabel waktu tunggu (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan yang dapat dibuktikan dengan t-hitung sebesar 3.549 dengan tingkat signifikansi 0,001. Taraf signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Hasil uji statistik secara parsial antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan yang dapat dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2.082 dengan tingkat signifikansi 0,040. Taraf signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Hasil uji statistik secara parsial antara variabel kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan yang dapat dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 3.483 dengan tingkat signifikansi 0,001. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

SARAN

1. Perusahaan maskapai XYZ perlu secara rutin mengamati pelayanan agar dapat mempertahankan kelebihan-kelebihan yang ada dan membenahi kekurangan-kekurangannya.
2. Mengatur tarif pesawat agar tidak menjadi beban bagi konsumen maupun maskapai penerbangan yang ada dalam berkompetisi satu sama lain.
3. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, perusahaan perlu memperhatikan akan pentingnya kualitas layanan serta penanganan komplain. Semakin baik kualitas layanan dan penanganan komplain, maka konsumen dengan sendirinya akan merasa puas dengan kinerja maskapai tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas Salim, H.A. 1993. **Manajemen Transportasi**. Jakarta: Rajawali Pers

- Aritonang, Lerbin R. 2005. **Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS.** Jakarta.: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fandy, Tjiptono. 2007. **Strategi Pemasaran.** Edisi ke dua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2008. **Strategi Pemasaran.** Edisi Ketiga Yogyakarta.
- Gitosudarmo, Indrio. 2000. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Pertama.: BPFE. Yogyakarta.
- Hartono, Jogyanto. 2004. **Metodologi Penelitian Bisnis.** Edisi 2004 - 2005. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran.** Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Supranto, J. 2001. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan pangsa Pasar.** Cetakan Pertama. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sekaran, U. 2003. **Research Methods For Business: A Skill-Building Approach.** John Wiley & Sons, Inc. New York.
