

---

---

# 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 (*corresponding author*)

**Abstract:** This study aims to determine the effect of waiting time, price, and quality of service on customer satisfaction and analyze the most dominant variable affecting consumer satisfaction. The results of this study are expected to realize the management of companies more effectively and efficiently. The population in this research is all passengers who use flight service from XYZ terminal 1B at the Soekarno Hatta Airport Tangerang. The sampling technique conducted by the researcher is purposive sampling so in the study only 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 a 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 is partially influential and significant to customer satisfaction; 2) Price is partially influential and significant to customer satisfaction; 3) Quality of service is partially influential and significant to customer satisfaction; and 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 (2016, p. 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. 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, finansial, tenaga, barang kenyamanan, keselamatan, dan lainnya. Banyak faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen di antaranya 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 memengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Gitosudarmo (2000, p. 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 memengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.

Ketiga, yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan. Tjiptono (2008, p. 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 di bawah standar yang ada. Oleh karena alasan tersebut, peneliti melakukan penelitian berkaitan dengan waktu tunggu, harga, dan kualitas pelayanan dalam hal memenuhi kepuasan konsumen dan berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti 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 (2008, p. 59), “ 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”.

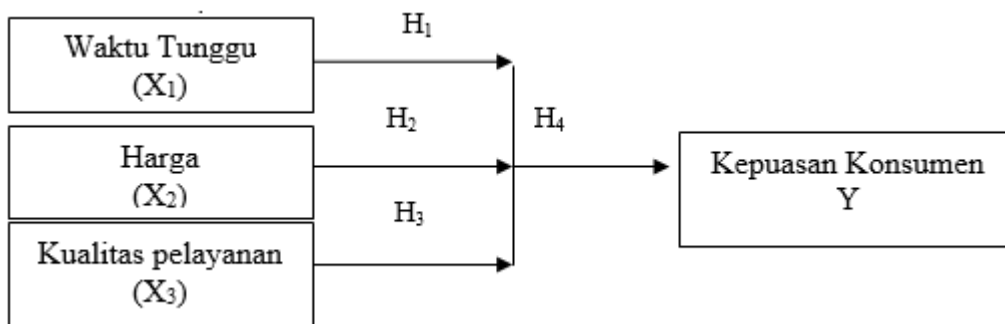
### Kepuasan Konsumen

Kotler (2005, p. 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



Sumber: Peneliti (2017)

### Hipotesis

- H<sub>1</sub>: Waktu tunggu secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H<sub>2</sub>: Harga secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H<sub>3</sub>: Kualitas layanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H<sub>4</sub>: 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 (2006, p. 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, kualitas layanan) dan variabel terikat (kepuasan konsumen).

## Operasionalisasi Variabel

Menurut Aritonang R. (2005, p. 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 di dalam kuesioner adalah skala Likert. Menurut Sekaran (2016), 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 dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Kesimpulan
Waktu Tunggu (X <sub>1</sub> )	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 (X <sub>2</sub> )	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 (X <sub>3</sub> )	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
	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
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,369	Valid
	Y2	0,433	Valid
	Y3	0,552	Valid
	Y4	0,563	Valid

Sumber: Peneliti (2017)

Dari hasil perhitungan untuk uji validitas variabel bebas waktu tunggu ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas layanan ( $X_3$ ), 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 reliabilitas 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 (Hartono, 2013, p. 120). Berikut hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 2**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai $r$ <i>alpha</i> 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: Peneliti (2017)

Dari data tabel di atas 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 terdistribusi 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 <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35390028
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.743
Asymp. Sig. (2-tailed)		.638

Test distribution is Normal.

Calculated from data

Sumber: Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0,743 dan signifikan pada 0,638 , maka  $H_0$  diterima yang berarti data terdistribusi 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 matriks 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<sup>a</sup>

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

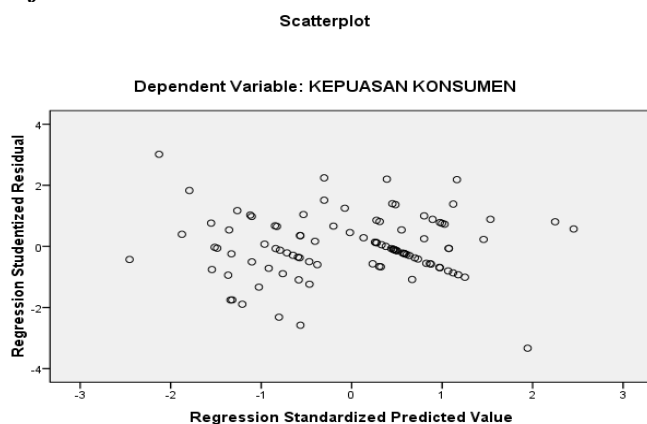
Sumber: Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, 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 heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

**Gambar 2**  
**Grafik Heteroskedastisitas**



Sumber: Peneliti (2017)

Gambar di atas 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 di bawah ini.

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN  
Sumber: Peneliti (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 di atas 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.

Hasil 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 persentase kontribusi variabel waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 <sup>a</sup>	.572	.559	1.375

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, 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  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil pengujian F dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 7**  
**Hasil Nilai F- Hitung**

ANOVA<sup>b</sup>

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

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Peneliti (2017)

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  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau signifikan  $> \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  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 <sup>a</sup>			
	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: Peneliti (2017)

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. 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. 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 ( $X_1$ ) 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 ( $X_2$ ) 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 ( $X_3$ ) 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

- Aritonang R., L. R. (2005). *Kepuasan pelanggan: Pengukuran dan penganalisisan dengan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen pemasaran* (2nd ed.). BPFE.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (6th ed.). BPFE.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (B. Sarwiji (ed.); B. Molan (trans.); 11th ed.). Indeks.
- Salim, H. A. A. (2016). *Manajemen transportasi* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). Wiley.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Andi.