

**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI
AIR ASIA INDONESIA PASCA TRAGEDI QZ8501
DENGAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE*
*ANALISYS***

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Ridlollohu Mujahid
NIM : 09311558
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2017

**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI
AIR ASIA INDONESIA PASCA TRAGEDI MH QZ8501
DENGAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE*
*ANALISYS***

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Disusun Oleh :

**Nama : Ridlollohu Mujahid
NIM : 09311558
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Operasional**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 16 Oktober 2017

METERAI
TEMPEL
Penulis
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Ridlollohu Mujahid



HALAMAN PENGESAHAN

EVALUASI KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI AIR
ASIA INDONESIA PASCA TRAGEDI MH QZ8501 DENGAN
METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*

Disusun Oleh :

Nama : Ridlollohu Mujahid
NIM : 09311558
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 16 Oktober 2017

Dosen Pembimbing,



Mochamad Nasito, Drs., MM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI AIR ASIA INDONESIA PASCA
TRAGEDI B2.8501 DENGAN METODE IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS**

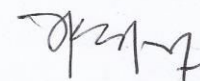
Disusun Oleh : **RIDLOLLOHU MUJAHID**

Nomor Mahasiswa : **09311558**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 16 Oktober 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moch. Nasito, Drs., MM.



Penguji : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah akan meninggikan derajat orang yang beriman dan diberi ilmu pengetahuan dengan beberapa derajat”

Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Al-Baqarah : 153)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada:

- Orang tua yang telah berdo'a untuk keberhasilan saya serta dorongan moril dan materiil sehingga terselesainya studi dan karya ilmiah (skripsi) ini.
- Teman-teman saya yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian studi dan karya ilmiah (skripsi) ini.
- Skripsi ini saya persembahkan kepada almamater saya, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrohamatullohi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah Subhannahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Air Asia Indonesia Pasca Tragedi MH QZ8501 dengan Metode *Importance-Performance Analisis***”. Penyusunan tugas akhir skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk umatnya. Terima Kasih atas kesehatan, kelancaran, dan petunjuk serta ridho yang telah Allah Subhannahu Wata'ala berikan.
2. Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam sebagai guru didalam hidupku dan teladan hingga yaumul akhir nantinya, amin.
3. Dr. D. Agus Harjito, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4. Mochamad Nasito, Drs., MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.
5. Kepada kedua Orangtua yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan yang terus menerus selama pengerjaan skripsi ini berlangsung hingga selesai.
6. Serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

Terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan hanya doa yang dapat Penulis panjatkan semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan yang terbaik. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Wassalamu'alaikum Warrohamatullohi Wabbarokatuh

Yogyakarta, 16 Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Lokasi Penelitian.....	34
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5. Penentuan Jumlah Sampel.....	37
3.6. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert.....	38
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian	39
3.8. Metode Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Responden.....	46
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	48
4.3. Analisis Data	52
4.4. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75

5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert Penelitian	38
Tabel 3.2. Interval Skala	39
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2. Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan.....	50
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	53
Tabel 4.8. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Responsive</i>	54
Tabel 4.9. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	55
Tabel 4.10. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	56
Tabel 4.11. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Tangibels</i>	57
Tabel 4.12. Tingkat Kesesuaian Item Dimensi Kinerja dengan Kepentingan ...	58
Tabel 4.13. Data Diagram Kartesius Dimensi Dimensi Kinerja dengan Kepentingan.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pesawat Air Asia QZ8501	2
Gambar 3.1. Matrik <i>Importance Performance Analysis</i>	43
Gambar 4.1. Diagram Cartesius	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 5. Mean Variabel Kepentingan dan Kinerja

Lampiran 6. Diagram Cartesius

ABSTRAK

Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Air Asia Indonesia Pasca Tragedi MH QZ8501 dengan Metode *Importance-Performance Analysis*

Ridlollohu Mujahid

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *performance* Maskapai “Air Asia” Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya, untuk mengetahui tingkat *importance* penumpang di Maskapai “Air Asia” Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya, dan untuk mengetahui kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya dari dimensi yang perlu ditingkatkan. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah pelanggan Maskapai “Air Asia” Indonesia yang telah menggunakan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis diketahui kebanyakan responden menilai *performance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sudah memuaskan (mean 2,98 terletak antara 2,50 s/d 3,24). Diketahui kebanyakan responden menilai *importance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sangat penting (mean 3,32 terletak antara 3,25 s/d 4,00). Diketahui kebanyakan responden menilai *performance* dan *importance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability* (nilai kesesuaian 84% atau < 100%), *responsive* (nilai kesesuaian 87% atau < 100%), *assurance* (nilai kesesuaian 92% atau < 100%), *emphathy* (nilai kesesuaian 91% atau < 100%), dan *tangible* (nilai kesesuaian 94% atau < 100%) tidak sesuai atau belum memuaskan (nilai kesesuaian 90% atau < 100%). Secara keseluruhan pelanggan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yaitu dengan mempertahankan semua variabel dalam kuadran A, karena semua variabel ini menjadikan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran B perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran C dengan mempertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran D dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Kata kunci : Kinerja Pelayanan, *Importance*, *Performance*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan salah satu fungsi utama dalam penyelenggaraan pemerintah yang menjadi kewajiban aparatur pemerintah. Berdasarkan Keputusan Menpan No. 63/Kep/M.PAN/7/2003 tertanggal 10 Juli 2003 pada paragraph 1 butir c menyebutkan pengertian pelayanan umum adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan orang, masyarakat, instansi pemerintah dan badan hukum maupun sebagai pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penyelenggaraan pemerintahan ditujukan kepada terciptanya fungsi pelayanan publik (*public service*). Pemerintahan yang baik cenderung menciptakan terselenggaranya fungsi pelayanan publik dengan baik pula. Sebaliknya, pemerintahan yang buruk mengakibatkan fungsi pelayanan publik tidak akan terselenggara dengan baik.

Berkaitan dengan terselenggaranya fungsi pelayanan publik, pada akhir tahun 2014 lalu, tepatnya pada hari Minggu pagi 28/12/2014 sebuah pesawat maskapai Malaysia yang dikelola oleh cabangnya di Indonesia, Air Asia nomer penerbangan QZ 8501 hilang dari radar setelah sebelumnya terhadang oleh badai tropis di Laut Jawa. Pesawat jenis Airbus A320-200 dengan nomer registrasi PK-ACX Rute Surabaya-Singapura itu meminta izin kepada ATC Jakarta untuk berbelok atau bergeser arah sekitar 7 kilometer dari badai tropis

yang berada di depannya, dan izin pun diberikan. Tak lama pilot meminta izin kali kedua, dan kini meminta menaikkan ketinggiannya dari ketinggian 32.000 kaki menuju ke 38.000 kaki. Namun karena ada pesawat Air Asia lain yang ada di atasnya yakni AirAsia 502, maka izin hanya diberikan ke ketinggian 34.000 kaki. Sedangkan badai tropis yang tengah menghadang di depannya, “berdiri” awan cumulonimbus setinggi 48.000 kaki, jauh lebih tinggi dari izin yang dikeluarkan, bahkan lebih tinggi dari permintaan pilot sendiri (<https://indocropcircles.wordpress.com>., diakses 12 September 2015).



Gambar 1.1
Pesawat Air Asia QZ8501

AirAsia adalah maskapai Malaysia bertarif murah. Maskapai ini mengoperasikan penerbangan domestik dan internasional di kota-kota besar seluruh Asia. AirAsia merupakan pelopor maskapai penerbangan bertarif murah di Asia. AirAsia di Indonesia merupakan anak perusahaan dengan saham sebesar 49%. Maskapai ini memulai operasinya pada Tahun 2000 dengan nama Awair, namun semua penerbangan dihentikan pada Maret 2002. AirAsia mulai beroperasi lagi Pada Desember 2004 di dalam negeri sebagai

anak perusahaan dari AirAsia, setahun kemudian namanya diubah menjadi Indonesia AirAsia.

Air Asia adalah sebuah maskapai penerbangan bertarif murah (*Low Cost Carriers*) yang berpusat di Bandara Internasional Kuala Lumpur. Awalnya Air Asia dimiliki oleh DRB-HICOM milik Pemerintah Malaysia namun maskapai ini memiliki beban yang berat dan akhirnya dibeli oleh mantan eksekutif Time Warner, Tony Fernandes, dengan harga simbolik 1 Ringgit pada 2 Desember 2001. Tony melakukan *turnaround* dan Air Asia berhasil membukukan laba pada tahun 2002 dengan berbagai rute baru dan harga promosi serendah 10 RM bersaing dengan Malaysia Airlines. Pada tahun 2003, dibukalah pangkalan kedua di Bandara Senai, Johor Bahru dekat Singapura dan Air Asia melakukan penerbangan internasionalnya ke Thailand. Sejak itu, dibukalah Thai Air Asia dan dilakukanlah berbagai penambahan rute seperti ke Singapura dan Indonesia. Penerbangan ke Makau dimulai pada Juni 2004, sedangkan penerbangan ke Manila dan Xiamen dimulai pada September 2005.

Trend terkini yang telah diterapkan oleh industri penerbangan adalah penerbangan biaya murah (*Low Cost Carriers*). Jika suatu masa dahulu, syarikat penerbangan berlumba-lumba memberi perkhidmatan berbentuk *luxury service*. Banyak syarikat penerbangan tambang murah tumbuh bagai cendawan selepas hujan. Tiger Airways, Jetstar Asia, *One Two Go and Firefly* adalah contoh perusahaan penerbangan yang telah wujud sejak kejayaan Air Asia sebagai sebuah perusahaan penerbangan tambang murah. Banyak

syarikat penerbangan lain di dunia yang berlumba-lumba untuk menjadi syarikat penerbangan tambang rendah yang terbaik. Walaupun memberikan harga yang rendah kepada para pelanggan, syarikat-syarikat ini tetap mengamalkan kualiti perkhidmatan ditahap yang tertinggi untuk memastikan setiap pelanggan berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah perusahaan transportasi. Dalam era pembangunan dimana tingkat perekonomian yang semakin meningkat, maka semakin banyak orang yang melakukan perjalanan baik untuk keperluan bisnis, pribadi, maupun wisata. Tingginya mobilitas masyarakat ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya adalah Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” yang merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam jasa transportasi umum dibidang penerbangan di Indonesia. Sebagai sebuah maskapai yang tugas utamanya melayani kepentingan umum, Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan semua bentuk pelayanannya misalnya dengan mementingkan keamanan dan kenyamanan penumpang, ketepatan dan kecepatan menuju tujuan, ataupun tersedianya fasilitas seperti kamar kecil, televisi dan sarana pendingin ruangan yang memadai. Sebagai salah satu penyumbang terbesar bagi pendapatan Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia”, Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya pasca tragedi QZ8501, sehingga diharapkan dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan Maskapai *Low Cost*

Carriers “Air Asia” akan membuat para penumpang merasa puas dan akhirnya membuat mereka selalu menggunakan pesawat udara ini lagi sebagai sarana transportasi bila hendak melakukan perjalanan. Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” dalam rangka memenuhi kepuasan dan keinginan para penumpang telah membagi kelas penerbangan kedalam dua kelas yaitu bisnis dan ekonomi. Pembagian tersebut dilakukan untuk memenuhi aspirasi masyarakat yang mempunyai kemampuan finansial berbeda-beda.

Rute lain yang akan dibuka adalah ke Vietnam, Kamboja, Filipina, dan Laos. Selain Thai Air Asia, di Indonesia juga terdapat perusahaan Air Asia yaitu Indonesia Air Asia (sebelumnya bernama AWAIR) yang terbang dari Jakarta ke Yogyakarta, Denpasar untuk tujuan lokal, dan dari Surabaya ke Medan untuk rute domestik lainnya, selain itu penerbangan dilakukan keluar Indonesia melalui kota-kota besar seperti Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Balikpapan dan Makassar ([http://id.wikipedia.org/wiki/Air Asia](http://id.wikipedia.org/wiki/Air_Asia), diakses 10 September 2015). Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” termasuk maskapai yang memiliki fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang cukup baik, jika dibandingkan dengan maskapai lainnya. Maskapai *Low Cost Carriers* “Air Asia” adalah perusahaan penerbangan dengan jurusan berbagai wilayah di Indonesia (domestik) maupun internasional. Air Asia adalah sebuah syarikat yang telah menjadi pelopor di dalam industri penerbangan kos rendah di rantau ini. Cara perniagaan yang diperkenalkan oleh Southwest Airlines, sebuah syarikat penerbangan di Amerika Syarikat. Air Asia telah mengambil pendekatan cara

perniagaan ini kerana perusahaan merasakan terdapat permintaan yang tinggi di dalam sektor ini. Oleh yang demikian, Air Asia telah mengkaji bagaimanakah cara untuk melakukan perniagaan melalui kaedah ini. Penggagas “Air Asia”, Dato’ Seri Tony Fernandes telah bekerjasama dengan Sir Richard Branson yaitu pemilik utama Virgin’s Group untuk mengetahui cara-cara melakukan perniagaan melalui cara ini. Beliau telah menjadikan Air Asia dari sebuah syarikat yang telah hampir mufliis kepada sebuah syarikat penerbangan yang sangat disegani di wilayah ini dengan moto utama maskapai ini adalah “*Now Everyone Can Fly*” ([http://id.wikipedia.org/wiki/Air Asia](http://id.wikipedia.org/wiki/Air_Asia), diakses 10 September 2015).

Importance-Performance Analisis yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) yaitu (1) *reability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) *emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) *tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai.

Penelitian ini dilakukan di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya merupakan salah satu bandara yang memiliki jadwal penerbangan yang padat dan jumlah penumpang yang banyak. Selain itu kejadian tragedi QZ8501

merupakan penerbangan pesawat dari Surabaya menuju Singapura, sehingga hal ini akan berdampak pada psikologis warga Surabaya terhadap Maskapai “Air Asia” Indonesia. Hal ini juga disebabkan karena Juanda Surabaya merupakan daerah tujuan bisnis, transit penumpang yang sangat terkenal sampai ke manca negara dan Bandar Juanda Surabaya merupakan salah satu ”pintu gerbang” transit menuju daerah-daerah lainnya di Indonesia maupun Asia atau manca negara. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada Maskapai “Air Asia” Indonesia sesudah tragedi QZ8501 dan bagaimanakah tingkat kepentingan Maskapai “Air Asia” Indonesia sesudah tragedi QZ8501 dengan judul **“Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Air Asia Indonesia Pasca Tragedi QZ8501 dengan Metode *Importance-Performance Analisis*”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat *performance* Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya sesudah tragedi QZ8501?
2. Bagaimanakah tingkat *importance* penumpang di Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya sesudah tragedi QZ8501?
3. Bagaimanakah kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya dari dimensi yang perlu ditingkatkan?.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *performance* Maskapai “Air Asia” Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya.
2. Untuk mengetahui tingkat *importance* penumpang di Maskapai “Air Asia” Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya dari dimensi yang perlu ditingkatkan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti. Dengan penelitian diharapkan dapat mendapatkan pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis di dunia bisnis yang nyata.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi Maskapai “Air Asia” Indonesia untuk menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa pasca tragedi QZ8501 sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Operasional Perusahaan Jasa

Dalam melaksanakan produktivitas (kinerja) suatu perusahaan, diperlukan suatu manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produktivitas (kinerja) yang dikenal sebagai manajemen produktivitas (kinerja) atau manajemen operasi. Melalui kegiatan operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan (Yamit, 2001). Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa sering dikenal sebagai kegiatan mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), hal tersebut tidak dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, dengan demikian dibutuhkan kegiatan manajemen Yamit (1998).

Kegiatan manajemen ini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor produktivitas (kinerja) yang berupa *money, man, machine, method, market, dan management*. Semua ini saling terkait dan dapat meningkatkan kegunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien, serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pengetahuan yang baik tentang manajemen operasi

perlu dimiliki oleh semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produktivitas (kinerja). Dalam kegiatannya manajemen operasi tidak hanya menyangkut *manufacturing* berbagai barang, tetapi juga berkaitan dengan produktivitas (kinerja) jasa (pelayanan). Dalam organisasi yang tidak menghasilkan produk atau jasa secara fisik, banyak juga organisasi-organisasi yang menyediakan berbagai bentuk produk atau jasa usaha dalam bidang jasa, misalnya bisnis perhotelan, perbankan, asuransi, ataupun perusahaan transportasi.

Manajemen produktivitas (kinerja) yang telah banyak dipakai sebelumnya, dipandang kurang mencakup seluruh kegiatan sistem-sistem produktif dalam masyarakat ekonomi kita. Karena kadang-kadang produktivitas (kinerja) diartikan sebagai kegiatan untuk menghasilkan barang. Bahkan banyak yang menganggap bahwa produktivitas (kinerja) itu hanya kegiatan menghasilkan barang untuk mencari laba. Ini merupakan pengertian yang sempit sebab produktivitas (kinerja) seharusnya tidak hanya kegiatan untuk menghasilkan barang, tetapi juga dapat menghasilkan jasa, dan juga dapat dilakukan oleh lembaga yang tidak mencari laba. Oleh karena itu, diperlukan suatu istilah yang lebih tepat dan mempunyai cakupan luas, yaitu mengenai manajemen operasi.

Manajemen operasi adalah semua usaha yang mengkoordinasikan dan memanfaatkan sumber daya atau faktor-faktor produktivitas (kinerja) seperti bahan mentah, tenaga kerja, energi, modal dan informasi yang ada dan dimiliki oleh perusahaan. Kemudian melalui proses transformasi, masukan-masukan atau input-input diubah menjadi output yaitu berupa produk barang atau jasa, serta

suatu pengambilan keputusan mengenai pengelolaan yang optimal dengan penggunaan faktor-faktor produktivitas (kinerja) dalam proses transformasi input menjadi output atau jasa yang ditentukan oleh organisasi (Resohadiprodjo dan Indriyo, 1997).

2.1.2. Kinerja Pelayanan Sektor Publik

Pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik dapat diselenggarakan oleh organisasi publik maupun swasta dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan Ratminto dan Winarsih dalam Hardiyansyah (2011:11).

Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, dapat dilaksanakan dengan kerja sama oleh beberapa organisasi publik lainnya. Kerjasama tersebut yaitu *inter governmental agreement*. Menurut Suwitri, Rachyuningsih, dan Sasmito (Sri, dkk., 2005: 961-978) *Intergovernmental Agreement*, pelayanan ini dilakukan dengan pengaturan bahwa organisasi pemerintah yang memiliki kewenangan dalam mengatur dan memproduksi barang layanan ini dapat menunjukkan atau menyerahkan pada organisasi pemerintah yang lain, baik untuk

penyelenggaraannya maupun untuk penyediaan atau produksi pelayanan. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik dapat saja mengalami hambatan yang dapat menjadi faktor penyebab kegagalan pelayanan publik.

Pelayanan publik yang gagal adalah pelayanan yang tidak dapat memberikan hasil sesuai dengan harapan masyarakat dan dimata penggunanya pelayanan tersebut tidak baik. Terdapat dua tipe kegagalan pelayanan menurut Boyne (2008) pertama, kegagalan terjadi ketika organisasi memberikan hasil yang rendah. Tipe kedua, kegagalan terjadi ketika organisasi memberi pelayanan dalam cara yang dianggap sebagai tidak *legitimate*.

Buruknya pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat selama ini menurut Moenir (2010:40) dikarenakan adanya kendala waktu tempat, biaya dan aparat itu sendiri. Terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya pelayanan publik yang kurang memadai disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut Moenir (2010:40):

- a. Kurang adanya kesadaran terhadap kewajiban yang menjadi tanggung jawabnya. Akibatnya mereka bekerja dan melayani seenaknya.
- b. Sistem, prosedur dan metode kerja yang ada tidak memadai, sehingga mekanisme kerja tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan tidak berjalan dengan sebagaimana mestinya.
- c. Pengorganisasian tugas pelayanan yang belum serasi, sehingga terjadi simpang siur penanganan tugas, tumpang tindih atau tercecernya suatu tugas tidak ada yang menangani.
- d. Pendapatan pegawai yang tidak mencukupi memenuhi kebutuhan hidup meskipun secara minimal.

- e. Kemampuan pegawai yang tidak memadai untuk tugas yang dibebankan kepadanya. Akibatnya hasil pekerjaan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan.
- f. Tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai.

2.1.3. Jasa

Definisi jasa menurut Kotler, (2005) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lima kategori bauran jasa menurut Kotler (2005) meliputi: (a) barang berwujud murni; (b) barang berwujud yang disertai jasa/layanan; (c) campuran; (d) jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (e) jasa murni. Selanjutnya Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang output nya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi para pembeli pertamanya.

Stanton (1993), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi sekalipun

penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilikan permanen).

Sedangkan Lovelock (1999) mengatakan, jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Stanton (1993) sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud (*intangible*), merupakan karakteristik jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dikonsumsi atau digunakan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia hanya dapat menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan memperhatikan tanda atau bukti pelayanan jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi dan harganya.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), umumnya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan saat konsumen membeli jasa itu.
- c. Variabilitas (*variability*), jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu digunakan.
- d. Tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan (*perishability*), jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat disimpan.

Dua kemungkinan dalam penjualan jasa yaitu: pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa (pelanggan datang ke bengkel mobil). Kedua, penyedia jasa mendatangi pelanggan (pegawai asuransi yang menawarkan produknya ke rumah-rumah).

2.1.4. Metode Pelayanan Jasa

Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Menurut Cuang-His *et al.* (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu SERVQUAL, SERVPERF, dan Non-Difference. Dalam studi Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, keesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

e. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Tjiptono, 1997) yaitu :

- a. *Technical quality*, yaitu yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasunarma, *technical quality* dapat diperinci menjadi:
 - 1) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, contohnya adalah harga.
 - 2) *Experience quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau menggunakan jasa, contohnya adalah ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapian hasil.
 - 3) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sulit dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan suatu jasa, contohnya adalah kualitas suatu operasi jantung
- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian suatu jasa.
- c. *Corporate image*, yaitu profil, reputasi citra umum perusahaan dan daya tarik suatu perusahaan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan jasa dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya pelayanan jasa tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

2.1.5. *Servqual* (Kualitas Pelayanan)

Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Menurut Cuang-His *et al.* (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu SERVQUAL, SERVPERF, dan Non-Difference. Dalam studi Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

f. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

g. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

- h. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, keesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- i. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- j. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Tjiptono, 1997) yaitu :

- d. *Technical quality*, yaitu yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasunarma, *technical quality* dapat diperinci menjadi:
- 4) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, contohnya adalah harga.
 - 5) *Experience quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau menggunakan jasa, contohnya adalah ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapihan hasil.

- 6) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sulit dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan suatu jasa, contohnya adalah kualitas suatu operasi jantung
- e. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian suatu jasa.
- f. *Corporate image*, yaitu profil, reputasi citra umum perusahaan dan daya tarik suatu perusahaan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan jasa dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya pelayanan jasa tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

2.1.6. Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Gasperz (1997) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (1997) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa

kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Cuang-His *et al.* (2006) mengungkapkan bahwa secara umum ada dua metode, (1) Item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah konsumen menggunakan produk-produk dengan item kepuasan tunggal. (2) Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 1997).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepeuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan

akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 1995) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut Day (dalam Tjiptono, 1995) :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya pada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan pesaing

berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh konsumen.

d. Survei kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan penelitian survei, melalui penelitian survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga penelitian survei dapat memberikan tanda positif bagaimana perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

2.1.7. Konsep *Importance-Performance*

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu and Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan

dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

Berikut adalah beberapa pendapat menurut para ahli mengenai strategi yaitu, menurut (Rangkuti, 2009:3), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi, perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Untuk memahami konsep perencanaan strategis, kita perlu memahami pengertian konsep mengenai strategi.

Menurut Mintzberg (2007), konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Strategi pelayanan merupakan suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan. Dalam penetapan sistem pelayanan mencakup strategi yang dilakukan, dimana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat merasakan langsung, agar tidak terjadi distorsi tentang suatu kepuasan yang akan mereka terima. Sementara secara spesifik adanya peranan pelayanan yang diberikan secara nyata akan memberikan pengaruh bagi semua pihak terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan.

Merujuk pada penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran I, “*Keep up the good work*”: Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- b. Kuadran II, “*Posible overkill*”: Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.
- c. Kuadran III, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- d. Kuadran IV, “*Concentrate here*”: Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasnya para pelanggan.

Menurut Ranguti (2009), pada penerapan *Importance Performance Analysis* dan strategi yang akan dilakukan mengenai empat kuadran yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran I, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya

relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

- b. Kuadran II, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.
- c. Kuadran III, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.
- d. Kuadran IV, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarker *et al.*, (2012) yang berjudul “*Sustainability and Growth of Low Cost Airlines: An Industry Analysis in Global*

Perspective”. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan memprediksi keberlanjutan maskapai penerbangan biaya rendah dan untuk mengidentifikasi pertumbuhan di masa depan. Analisis kualitas layanan pelanggan juga dilakukan melalui survei dari pelanggan di London Stansted dan Gatwick Bandara bepergian ke berbagai tujuan di operator murah. Sebagai sejumlah besar data telah dikumpulkan melalui wawancara dan survei kuesioner, data juga dianalisis pada deduktif cara berdasarkan pentingnya mencapai tujuan penelitian. *Low Cost Carriers (LCC)* telah mengembangkan rantai nilai dan strategi dengan fokus pada pengurangan biaya dibandingkan dengan jaringan operator yang juga berfokus pada layanan pelanggan yang sangat baik. Industri spesialis dan konsumen kedua percaya bahwa LCC telah diuntungkan industri dengan menyediakan tarif rendah dan perjalanan membuat udara terjangkau. Namun kedua responden juga setuju pada kebutuhan untuk fokus pada *Client Relationship Management (CRM)* sebagai sarana untuk menjadi berkelanjutan. Industri spesialis percaya bahwa LCC harus berputar di sekitar model dasar LCC daripada transformasi lengkap menjadi *Full Service Pembawa (FCC)*. LCC perlu memilih kebutuhan *outsourcing* perusahaan berbasis mengurangi biaya operasional yang tidak perlu mereka. Penelitian ini diakhiri dengan rekomendasi bahwa LCC harus merumuskan strategi diferensiasi untuk pertumbuhan masa depan dan keberlanjutan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sylvester, *et al.*, (2012) yang berjudul “*An Importance–Performance Analysis of Low Cost Carriers in Asia*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini

menyelidiki tingkat kepentingan dan kinerja dari 11 atribut untuk penerbangan jarak pendek dan jarak jauh operator murah di Asia. Hasil menemukan bahwa tiket pesawat dan persepsi keamanan yang dianggap sebagai atribut yang paling berharga untuk *Low Cost Carriers* (LCC) jarak pendek dan LCC jarak jauh. Analisis *importance-performance* juga mengungkapkan bahwa LCC harus mempertahankan kinerja yang baik dalam bidang-bidang seperti jadwal, persepsi keamanan, tiket pesawat, dan ketepatan waktu. Hal ini juga menemukan bahwa lebih banyak upaya harus dikhususkan dalam meluruskan kesalahpahaman murah, berkualitas rendah dan memperkuat citra murah, kualitas tinggi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fabian, *et al.*, (2013) dengan penelitiannya yang berjudul “*The Impact of the Emergence of Low-Cost Carriers and Budget Flights*”. Munculnya operator murah dalam bentuk anggaran penerbangan dan promosi tarif di Filipina telah benar-benar dibantu mengembangkan status sosial-ekonomi Filipina. Penampilannya sangat mempengaruhi industri udara dalam negeri dalam hal jumlah penerbangan operasi dan permintaan dari penumpang. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efek dari munculnya operator murah sehubungan dengan kinerja bandara dan industri penerbangan Filipina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa munculnya operator murah memicu kecenderungan peningkatan jumlah penumpang. Dalam hal permintaan penumpang, di bidang industri penerbangan Filipina, operator murah memperbaiki desain infrastruktur saat ini, meskipun kebijakan yang dilaksanakan di Ninoy Aquino Bandara Internasional tidak mampu beradaptasi dengan industri penerbangan yang berkembang.

Penelitian yang dilakukan oleh Majid (2011) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier* dan Kepuasan Penumpang Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Penumpang di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta)” dengan tujuan penelitian ini untuk menganalisis kualitas pelayanan maskapai penerbangan *low cost carrier* dan kepuasan penumpang serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta. Alat analisis menggunakan IPA dan regresi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta baik dan penumpang merasa puas serta kualitas pelayanan maskapai penerbangan *low cost carrier* dan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Cen (2013) yang berjudul “*Measuring the Service Quality of Community Development Associations Using Importance-Performance Analysis*”. Menggunakan sampel sebanyak 455 responden. Tujuan CDAS adalah untuk meningkatkan kualitas hidup warga. Layanan yang diberikan oleh *Community Development Associations Using (CDAS)* harus memenuhi dan bahkan melebihi harapan warga, dan kinerja pelayanan ini harus disetujui oleh warga. Ketika harapan mereka tidak terpenuhi, warga menjadi tidak puas dengan layanan yang diberikan dan akhirnya kehilangan identitas komunitas mereka. Dengan demikian, berdasarkan kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis IPA untuk menyelidiki kualitas pelayanan CDAS. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan CDAS. Berdasarkan kuesioner SERVQUAL

yang dikembangkan dalam penelitian ini, kami menggunakan metode IPA untuk menyelidiki kualitas pelayanan dari CDA. Kinerja keseluruhan dari subjek penelitian yang sangat baik. Beberapa layanan yang dianggap sangat penting bagi warga gagal memuaskan warga. Dengan demikian, kualitas layanan yang diberikan adalah aspek penting bahwa CDA harus meningkatkan segera. CDAS harus benar-benar meninjau aspek penting dari berbagai isu dan mengembangkan strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan penduduk.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartono dan Robin (2012) yang berjudul “*Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia)*”. Penelitian ini tentang perilaku konsumen tentang pengaruh *perceived service quality* dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan *image* maskapai penerbangan Garuda Indonesia dengan 200 pelanggan rute Surabaya-Jakarta, dan sebaliknya. Dengan analisis kausal metode SEM mengupas pengaruh dari kualitas layanan, kenyamanan, dan *catering* akan membentuk *corporate image (Airline Image)* dan *perceive value*, yang kemudian mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di masa mendatang. Tujuan rekomendasi penulis adalah agar PT. Garuda Indonesia dapat mengevaluasi maskapai penerbangannya, serta menjaga loyalitas pelanggannya dengan pelayanan yang berkualitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Reni dkk., (2009) yang berjudul “*Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Layanan Bandara Soekarno-Hatta, Serta Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran City Check-In Terminal di Jakarta*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap layanan

Bandara Soekarno-Hatta, serta implikasinya terhadap strategi pemasaran *City Check-In Terminal* di Jakarta. Alat analisis menggunakan IPA. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan konsumen 79,35% yang menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan layanan di Bandara Soekarno-Hatta.

Penelitian yang dilakukan oleh Muda (2014) yang berjudul “Tinjauan Teknis Pelayanan Bandar Udara Frans Seda Maumere”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi penilaian pengguna jasa terhadap pelayanan Bandara Frans Seda Maumere. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner ke pengguna jasa bandar udara. Responden yang berhasil dikumpul berjumlah 135 orang, terdiri dari 100 orang pengguna jasa penumpang moda transportasi udara, dan 35 orang operator maskapai penerbangan. Analisis dilakukan dengan menghitung *Importance Performance Analysis* (IPA), *Service Quality* (Servqual), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), sedangkan pengukuran standar teknis fasilitas sisi darat bandara dengan membandingkan berdasarkan Peraturan Direktorat Jenderal Perhubungan Udara SKEP/77/VI/2005, mengenai Persyaratan Teknis Pengoperasian Fasilitas Teknik Bandar Udara. Hasil penelitian diperoleh nilai indeks kepuasan rata-rata penumpang Bandara Frans Seda terhadap 8 (delapan) indikator pelayanan sebesar 84,74 persen masuk kriteria sangat puas. Indikator bandara membutuhkan pelayanan pesawat yang berbadan lebar dan lokasi bandara terletak di tempat strategis masuk kriteria cukup puas dan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya oleh pengelola bandara. Indeks kepuasan rata-rata operator maskapai berdasarkan terhadap 8 (delapan) indikator pelayanan sebesar

79,35 persen masuk kriteria puas. Indikator bandara mempunyai peraturan mengenai pengaturan terhadap penumpang dan pengunjung yang baik dan efektif untuk mewujudkan proses yang lancar masuk kriteria cukup puas dan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya oleh pengelola bandara. Pengukuran pengoperasian fasilitas sisi darat Bandara Frans Seda Maumere saat ini telah sesuai standar teknis berdasarkan SKEP/77/VI/2005 dan masuk dalam kelompok Bandara Udara C, dimana merupakan bandar udara yang telah berkembang dengan jenis pelayanan lalulintas udara adalah *Aerodrome Tower Control (ADC)*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Surabaya, yaitu di Bandar Udara Juanda Surabaya, yang diteliti adalah penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

3.2. Definisi Operasional Variabel

a. Kinerja dari Kualitas Jasa

Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) mengungkapkan untuk menilai kualitas jasa dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen :

1. Keandalan (*Reliability*)

- Ketepatan waktu keberangkatan
- Ketepatan waktu sampai ditujuan
- Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu
- Keamanan penerbangan (*Safety Flight*)

2. Tanggapan (*Responsiveness*)

- Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen
- Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang
- Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang

34

3. Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya

- Pramugari dan pramugara Bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang
 - Pilot bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang
4. Empati (*Empaty*)
- Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
 - Pelayanan yang ramah dan sopan
 - Petugas maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang
 - Pelayanan yang tidak membedakan kelas
 - Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang
5. Berwujud (*Tangible*)
- Kerapian penampilan karyawan
 - Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.
 - Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.
 - Jumlah pesawatnya.

3.3. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1. Data Primer

Yaitu data yang dihimpun secara langsung dapat dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2004: 138).

Data primer ini berupa rekapitulasi data dari kuesioner yang disebarkan pada saat penelitian.

2. Data Sekunder

Yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder ini berupa data mengenai jam keberangkatan, lama perjalanan, dan perkiraan datang.

b. Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner (*Questionnaire*) sebagai teknik pengumpulan data dilakukan dengan survey langsung ke penumpang. Data diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang disampaikan.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:73). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Maskapai “Air Asia” Indonesia yang telah menggunakan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:73). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya yang berjumlah 100 orang.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Setiap penumpang pada dasarnya memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, namun karena saat pengambilan sudah ditetapkan waktunya, maka mereka yang menggunakan jasa pada saat penelitian, inilah yang digunakan sebagai sampel, sehingga metode pengambilan sampel penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia termasuk kategori *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Penggunaan *probability sampling* dengan metode *accidental sampling* ini dikarenakan tiap-tiap elemen dalam populasi diketahui peluangnya untuk dapat dijadikan sampel yang secara kebetulan dapat ditemui pada saat penelitian (Rahayu, 2005:45) yaitu responden atau konsumen yang menggunakan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia.

3.5. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:73). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen warga Surabaya yang menggunakan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia. Jumlah sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel alam penelitian ini diambil 100 orang responden. Pengambilan 100 orang dinilai sudah dapat mewakili responden, karena berdasarkan distribusi normal, sampel 30 atau jumlah di atasnya sudah layak untuk menggambarkan populasi dan analisis (Franken dan Wallen dalam Rahayu, 2005:45). Sampel didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden (Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya) di lokasi penelitian yaitu di *International Air Port Juanda Surabaya*.

3.6. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert

Menurut Sugiyono (2010), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2010:79), instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Berikut ini kategori-kategori dari Skala Likert :

Tabel 3.1
Skala Likert Penelitian

Kinerja	Kepentingan
SS = Sangat Setuju skor = 4	SS = Sangat Penting skor = 4
S = Setuju skor = 3	S = Penting skor = 3
TS = Tidak Setuju skor = 2	TS = Tidak Penting = 2
STS = Sangat Tidak Setuju = 1	STS = Sangat Tidak Penting = 1

Skala likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interval Skala Penelitian

Interval	Kinerja	Kepentingan
3,25 s/d 4,00	Sangat Setuju	Sangat Penting
2,50 s/d 3,24	Setuju	Penting
1,75 s/d 2,49	Tidak Setuju	Tidak Penting
1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting

Respon yang cenderung tinggi mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan sebaliknya respon yang cenderung rendah mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang rendah.

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005 : 268). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden, sehingga derajat keyakinan digunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,195$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi (r_{xy}) adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 268):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antar skor butir (X) dan skor variable (Y)

N = jumlah responden yang diuji coba

ΣX = jumlah skor butir (X)

ΣY = jumlah skor variable (Y)

ΣX^2 = jumlah skor butir (X) kuadrat

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Rahayu, 2005 : 273). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005 : 269). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\text{alpha}} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 269).

$$\alpha = \left[\frac{b}{(b-1)} \right] \left[\frac{Vt - \Sigma Vi}{Vt} \right]$$

Keterangan:

α = *Cronbach Alpha*

b = Banyaknya butir angket

Vt = Varian skor total

Vi = Varian butir $i=1,2,\dots,n$

3.8. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan.

b. Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu and Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata kepentingan konsumen

Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga $K = 4$.

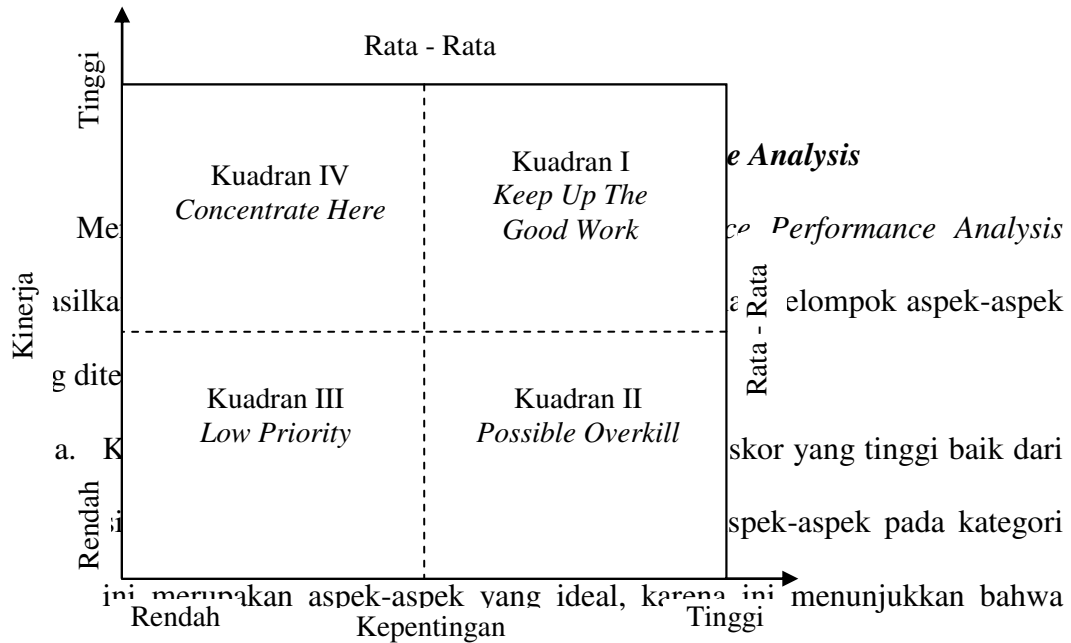
Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{Xi}}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Yi}}{n}$$

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance*

Performance Analysis dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1.



- ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang di anggap penting oleh pelanggan.
- b. Kuadran II, “*Possible overkill*”: Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.
 - c. Kuadran III, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.

d. Kuadran IV, “*Concentrate here*”: Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasnya para pelanggan.

Secara umum, langkah-langkah *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut ini (Magal dan Lavenburg, 2005).

- 1) Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen/aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- 2) Kedua, mengembangkan instrumen survey yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen/aspek-aspek yang diperoleh di langkah [1].
- 3) Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
- 4) Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matrik dua dimensi; biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* yaitu : pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak

pada kuadran berapa. Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan analisis hasil penelitian ini dimulai dari uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian) dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu analisis *Importance Performance Analysis*. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

Dalam penelitian ini disebarkan 100 kuesioner pada 100 responden. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, jadi respon *rate*-nya sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*).

4.1. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 reponden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut :

4.1.1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	63	63,0%
2	Wanita	37	37,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah pria sebanyak 63 responden atau 63,0% dan wanita sebanyak 37 responden atau 37,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya lebih banyak dari jenis kelamin pria yang ditemui pada saat penelitian.

4.2.2. Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

.

Tabel 4.2
Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SLTA/SMK	27	27,0%
2	Mahasiswa	8	8,0%
3	Diploma	20	20,0%
4	Sarjana	43	43,0%
5	Strata 2	2	2,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan Sarjana sebanyak 43 responden atau 43,0% dan sebagian kecil berpendidikan Strata 2 sebanyak 2 responden atau 2,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya kebanyakan berpendidikan tinggi.

4.2.3. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Dokter	1	1,0%
2	Dosen	1	1,0%
3	Mahasiswa	8	8,0%
4	Pelajar	11	11,0%
5	PNS	24	24,0%
6	Polri	2	2,0%
7	Swasta	37	37,0%
8	TNI-AD	2	2,0%
9	Wiraswasta	14	14,0%

Total	100	100,0%
-------	-----	--------

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar bekerja sebagai Swasta dan PNS masing-masing sebanyak 37 dan 24 responden atau 37,0% dan 24,0% dan sebagian kecil bekerja sebagai Dokter dan Dosen masing-masing sebanyak 1 responden atau 1,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan, Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya didominasi oleh karyawan swasta dan pegawai negeri.

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

Berikut ini hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian:

1.1.1.1.2 Tabel 4.4
1.1.1.1.3 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja

Item	rx _y	r-tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>			
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> keberangkatannya selalu tepat waktu.	0,578	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> selalu tepat waktu sampai ditujuan	0,579	0,195	Valid
Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu	0,381	0,195	Valid
Pelanggan merasa aman menumpang pesawat Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> ini.	0,464	0,195	Valid
<i>Responsive</i>			
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menanggapi	0,510	0,195	Valid

kebutuhan penumpang.			
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> dengan sigap melayani keluhan pelanggan.	0,309	0,195	Valid
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.	0,453	0,195	Valid
<i>Assurance</i>			
Pengetahuan dan kecakapan karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> yang baik dalam setiap bidangnya.	0,603	0,195	Valid
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	0,467	0,195	Valid
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang	0,414	0,195	Valid
<i>Emphathy</i>			
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan.	0,531	0,195	Valid
Pelayanannya ramah dan sopan.	0,703	0,195	Valid
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan kesan yang baik kepada penumpang.	0,627	0,195	Valid
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	0,538	0,195	Valid
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	0,703	0,195	Valid
<i>Tangible</i>			
Karyawan Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> berpenampilan rapi.	0,578	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik.	0,687	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki ruang tunggu yang nyaman.	0,427	0,195	Valid
Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki pesawat yang mencukupi kebutuhan penerbangan.	0,641	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari Tabel 4.4 tersebut di atas dapat diketahui bahwa $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah valid.

1.1.1.1.4 Tabel 4.5

1.1.1.1.5 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan

Item	rx _y	r-tabel	Keterangan
Reliability			
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> keberangkatannya selalu tepat waktu.	0,444	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> selalu tepat waktu sampai ditujuan	0,526	0,195	Valid
Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu	0,513	0,195	Valid
Pelanggan merasa aman menumpang pesawat Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> ini.	0,610	0,195	Valid
Responsive			
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menanggapi kebutuhan penumpang.	0,739	0,195	Valid
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> dengan sigap melayani keluhan pelanggan.	0,640	0,195	Valid
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.	0,657	0,195	Valid
Assurance			
Pengetahuan dan kecakapan karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> yang baik dalam setiap bidangnya.	0,426	0,195	Valid
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	0,615	0,195	Valid
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang	0,519	0,195	Valid
Emphathy			
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan.	0,581	0,195	Valid
Pelayanannya ramah dan sopan.	0,681	0,195	Valid
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan kesan yang baik kepada penumpang.	0,754	0,195	Valid
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	0,622	0,195	Valid
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	0,681	0,195	Valid
Tangible			

Karyawan Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> berpenampilan rapi.	0,498	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik.	0,778	0,195	Valid
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki ruang tunggu yang nyaman.	0,532	0,195	Valid
Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki pesawat yang mencukupi kebutuhan penerbangan.	0,755	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari Tabel 4.5 tersebut di atas dapat diketahui bahwa nilai $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah valid.

1.1.1.1.6 Tabel 4.6
1.1.1.1.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kinerja	0,894	0,60	Reliabel
Kepentingan	0,924	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari Tabel 4.6 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada variabel kinerja dan kepentingan dengan dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah reliabel.

4.3. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui *performance* Maskapai “Air Asia” Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya, untuk mengetahui tingkat *importance* penumpang di Maskapai “Air Asia”

Indonesia pasca tragedi QZ8501 di *International Air Port* Juanda Surabaya, dan untuk mengetahui kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia di *International Air Port* Juanda Surabaya dari dimensi yang perlu ditingkatkan. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

1. Analisis Deskripsi pada Variabel Kinerja dan Kepentingan

Kriteria : Kinerja < Kepentingan = Tidak Puas

Kinerja = Kepentingan = Puas

Kinerja > Kepentingan = Sangat Puas

Berikut ini hasil perhitungannya :

Tabel 4.7
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Reliability*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Keterangan
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> keberangkatannya selalu tepat waktu.	2,78	3,27	Tidak Puas
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> selalu tepat waktu sampai ditujuan	2,74	3,39	Tidak Puas
Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu	2,92	3,48	Tidak Puas
Pelanggan merasa aman menumpang pesawat Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> ini.	2,96	3,40	Tidak Puas
Rata-rata	2,85	3,39	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *reliability* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia Pasca Tragedi QZ8501, Tidak Puas (2,85 dan 3,39). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* keberangkatannya selalu tepat waktu, pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* selalu tepat waktu sampai ditujuan, pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu, dan pelanggan merasa aman menumpang pesawat Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* ini.

Tabel 4.8
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Responsive*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Keterangan
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menanggapi kebutuhan penumpang.	2,81	3,30	Tidak Puas
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> dengan sigap melayani keluhan pelanggan.	2,96	3,31	Tidak Puas
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.	2,93	3,43	Tidak Puas
Rata-rata	2,90	3,35	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *responsive* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia Pasca Tragedi QZ8501, Tidak Puas (2,90 dan 3,35). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menanggapi kebutuhan penumpang, karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* dengan sigap melayani keluhan pelanggan, dan petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.

Tabel 4.9
Penilaian Responden terhadap Dimensi Assurance

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Keterangan
Pengetahuan dan kecakapan karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> yang baik dalam setiap bidangnya.	3,15	3,32	Tidak Puas
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,07	3,31	Tidak Puas
Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang.	2,99	3,40	Tidak Puas
Rata-rata	3,07	3,34	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *assurance* dari Kinerja dan

Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia Pasca Tragedi QZ8501, Tidak Puas (3,07 dan 3,34). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kecakapan karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* yang baik dalam setiap bidangnya, pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, dan pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang.

Tabel 4.10
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Empathy*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Keterangan
Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan.	2,89	3,26	Tidak Puas
Pelayanannya ramah dan sopan.	3,19	3,50	Tidak Puas
Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memberikan kesan yang baik kepada penumpang.	3,09	3,27	Tidak Puas
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	2,91	3,25	Tidak Puas
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	3,19	3,50	Tidak Puas

Rata-rata	3,05	3,36	Tidak Puas
-----------	------	------	------------

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *emphathy* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia Pasca Tragedi QZ8501, Tidak Puas (3,05 dan 3,36). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan, pelayanannya ramah dan sopan, petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memberikan kesan yang baik kepada penumpang, pelayanan yang tidak membedakan kelas, dan karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang.

Tabel 4.11
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Tangibels*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Keterangan
Karyawan Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> berpenampilan rapi.	3,05	3,22	Tidak Puas
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik.	3,18	3,15	Sangat Puas
Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki ruang tunggu yang nyaman.	2,83	3,11	Tidak Puas
Maskapai “Air Asia” di Juanda <i>International Air Port</i> memiliki pesawat yang mencukupi kebutuhan	2,96	3,28	Tidak Puas

penerbangan.			
Rata-rata	3,01	3,19	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *tangible* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia Pasca Tragedi QZ8501, Tidak Puas (3,01 dan 3,19). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* berpenampilan rapi, pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik, pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memiliki ruang tunggu yang nyaman, dan maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memiliki pesawat yang mencukupi kebutuhan penerbangan.

2. Analisis Kuantitatif Hubungan antara Kinerja dengan Kepentingan

a. Analisis Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja terhadap Kepentingan

Dari 100 responden Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* telah diperoleh jawaban tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Adapun kriteria dan hasil

penelitian yang diperoleh dari masing-masing dimensi atau tingkat kesesuaian pada dimensi kinerja dengan kepentingan adalah sebagai berikut:

Kriteria : Sangat Sesuai, jika tingkat kesesuaian > 100%

Sesuai, jika tingkat kesesuaian = 100%

Tidak Sesuai, jika tingkat kesesuaian < 100%

Tabel 4.12
Tingkat Kesesuaian Item dan Dimensi Kinerja dengan Kepentingan

Item/Dimensi	Kinerja	Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
<i>Reliability</i>			
1	2,78	3,27	85
2	2,74	3,39	81
3	2,92	3,48	84
4	2,96	3,40	87
Mean	2,85	3,39	84
<i>Responsive</i>			
1	2,81	3,30	85
2	2,96	3,31	89
3	2,93	3,43	85
Mean	2,90	3,35	87
<i>Assurance</i>			
1	3,15	3,32	95
2	3,07	3,31	93
3	2,99	3,40	88
Mean	3,07	3,34	92
<i>Emphathy</i>			
1	2,89	3,26	89
2	3,19	3,50	91
3	3,09	3,27	94
4	2,91	3,25	90
5	3,19	3,50	91
Mean	3,05	3,36	91
<i>Tangible</i>			
1	3,05	3,22	95
2	3,18	3,15	101
3	2,83	3,11	91
4	2,96	3,28	90
Mean	3,01	3,19	94
Means	2,98	3,32	90

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil analisis *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* dan *empaty* pada tabel 4.12, bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Variabel *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* menunjukkan bahwa semua nilai kuantitatif Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia sama dengan kuantitatif kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya, sehingga tingkat kesesuaian pada *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* belum sesuai, ini berarti bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya belum merasa puas atas pelayanan melalui pengelolaan indikator-indikator yang ada pada dimensi dimensi *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* Maskapai “Air Asia” Indonesia.

Secara rata-rata tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya belum memiliki kesesuaian dalam arti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

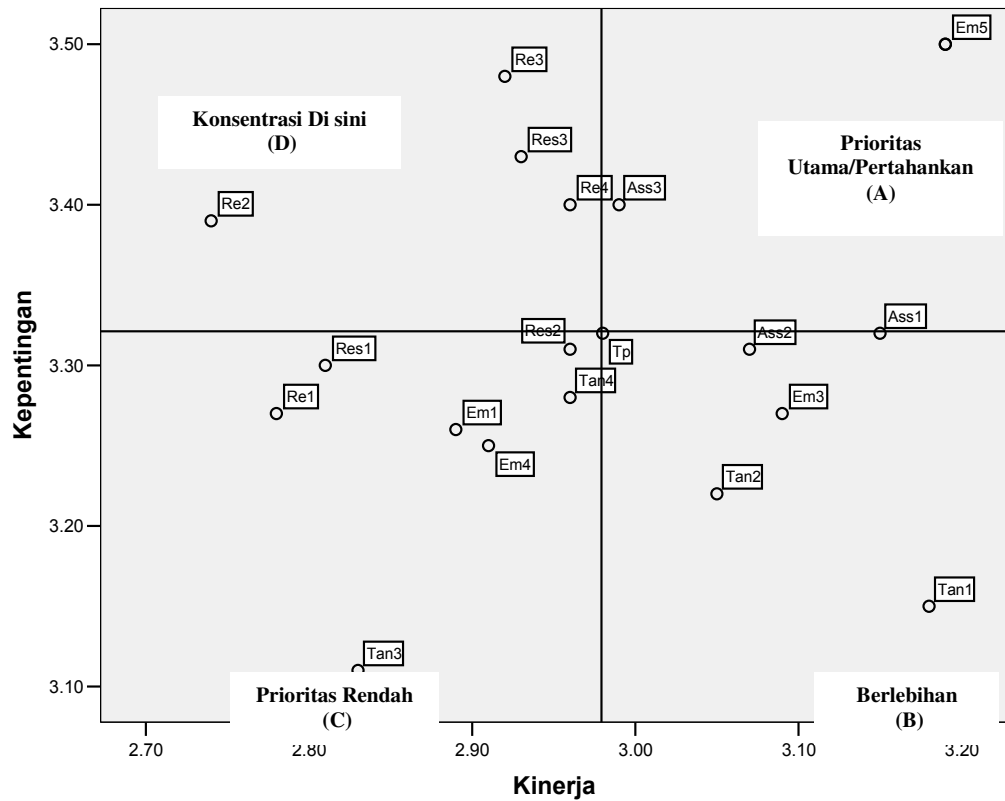
b. Diagram Kartesius

Perhitungan rata-rata dari hasil kuesioner pada diagram kartesius dapat dilihat bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dengan kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Dimensi yang masuk pada kuadran A (prioritas utama/pertahankan), kuadran B (berlebihan), kuadran C (prioritas rendah/abaikan), kuadran D (konsentrasikan di sini).

Tabel 4.13
Data Diagram Kartesius Dimensi Kinerja dengan Kepentingan

Dimensi	Kinerja	Kepentingan
1	2,78	3,27
2	2,74	3,39
3	2,92	3,48
4	2,96	3,40
5	2,81	3,30
6	2,96	3,31
7	2,93	3,43
8	3,15	3,32
9	3,07	3,31
10	2,99	3,40
11	2,89	3,26
12	3,19	3,50
13	3,09	3,27
14	2,91	3,25
15	3,19	3,50
Dimensi	Kinerja	Kepentingan
16	3,05	3,22
17	3,18	3,15
18	2,83	3,11
19	2,96	3,28
Means	2,98	3,32

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.



Gambar 4.1
Diagram Cartesius Item Dimensi

Penjelasan masing-masing kuadran :

Kuadran A :

Item ini memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-

aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang di anggap penting oleh pelanggan.

1. Ass3 : Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang
2. Em2 : Pelayanannya ramah dan sopan
3. Em5 : Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang

Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam kuadran A dan Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah mempertahankan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan/kepentingan dengan nilai Kinerja/pelaksanaan. Dengan hasil dari kuadran A, secara substantif indikator-indikator tersebut tidak sekedar sebagai prioritas yang utama dengan pengoptimalan pengelolaan. Dalam penelitian ini diperoleh bahwa Kinerja yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai oleh penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dapat memuaskan pelanggan.

Dengan hasil dari kuadran A, secara substantif indikator-indikator tersebut tidak sekedar sebagai prioritas yang utama dengan pengoptimalan pengelolaan.

Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam

kuadran B dan Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah memprioritaskan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan/kepentingan dengan nilai Kinerja/pelaksanaan. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

Kuadran B :

Item ini dengan tingkat kinerja tinggi namun skor kepentingan rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

1. Ass1 : Pengetahuan dan kecakapan karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* yang baik dalam setiap bidangnya
2. Ass2 : Pramugari dan pramugara bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang

3. Tan1 : Karyawan Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* berpenampilan rapi
4. Tan2 : Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik
5. Em3 : Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memberikan kesan yang baik kepada penumpang

Dalam penelitian ini didapat bahwa kinerja yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai oleh Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dapat memuaskan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Namun item ini dinilai kurang penting, sehingga cenderung berlebihan. Pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah memprioritaskan indikator-indikator dalam kuadran B tersebut untuk lebih ditingkatkan prestasinya dan pada kuadran B ini bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia. Dengan demikian pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia tidak hanya mempertahankan prestasinya, tetapi juga harus meningkatkan lagi nilai yang terkandung dalam indikator-indikator menjadi optimal sehingga kepuasan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya juga bisa dioptimalkan. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam memberikan pelayanannya kepada Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah baik

dan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas.

Kuadran C :

Item ini dengan skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.

1. Tan3 : Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memiliki ruang tunggu yang nyaman
2. Tan4 : Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memiliki pesawat yang mencukupi kebutuhan penerbangan
3. Re1 : Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* keberangkatannya selalu tepat waktu
4. Res1 : Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menanggapi kebutuhan penumpang
5. Res2 : Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* dengan sigap melayani keluhan pelanggan
6. Em1 : Karyawan Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan
7. Em4 : Pelayanan yang tidak membedakan kelas

Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas dengan pelayanan dalam kuadran C. Hal ini berarti bahwa meskipun pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia menganggap bahwa indikator

tersebut sebagai suatu item yang belum dikelola dengan baik dan pengelolaan atas butir tersebut belum optimal. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai belum memberikan rasa puas bagi Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dengan Kinerja yang diberikan.

Kuadran D :

Item ini memiliki skor yang rendah dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang tinggi dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasnya para pelanggan.

1. Re2 : Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* selalu tepat waktu sampai ditujuan
2. Re3 : Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu
3. Re4 : Pelanggan merasa aman menumpang pesawat Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* ini
4. Res3 : Petugas Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* memberikan informasi yang lengkap pada penumpang

Indikator-indikator yang ada di kuadran D ini di atas nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dan di bawah nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat Kinerja/pelaksanaan Maskapai “Air Asia” Indonesia. Dari hasil tersebut bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya

dianggap belum puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia melalui indikator tersebut.

Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dianggap belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

Implikasi dalam praktek pemasarannya bahwa Maskapai “Air Asia” Indonesia perlu memprioritaskan aspek yang paling rendah dinilai oleh konsumen yaitu aspek bukti fisik (*tangible*) pada item “Maskapai “Air Asia” Indonesia menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik” dengan cara Maskapai “Air Asia” Indonesia menyediakan dalam kabinnya berupa fasilitas selimut yang lebih bagus, AC yang lebih sejuk, dan menyediakan TV pada setiap kursi tempat duduknya. Dengan demikian, maka Maskapai “Air Asia” Indonesia di Bandar dapat mampu memberikan rasa pelayanan yang lebih nyaman dan memuaskan penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Faktor ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai

seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

4.4. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai *reliability* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia, Tidak Puas (2,85 dan 3,39). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa Maskapai “Air Asia” Indonesia keberangkatannya selalu tepat waktu, Maskapai “Air Asia” Indonesia selalu tepat waktu sampai ditujuan, pelayanan tiket masuk halte cepat dan tepat waktu, pelanggan merasa aman menumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia ini, dan pelanggan merasa nyaman menumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia ini.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai *responsive* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia, Tidak Puas (2,90 dan 3,35). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia

menanggapi kebutuhan konsumen, karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia dengan sigap melayani keluhan pelanggan, petugas Maskapai “Air Asia” Indonesia memberikan informasi yang lengkap pada penumpang, karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia dengan memenuhi semua keluhan penumpang, dan petugas Maskapai “Air Asia” Indonesia mem-*follow up* semua keluhan penumpang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai *assurance* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia, Tidak Puas (3,07 dan 3,34). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia yang baik dalam setiap bidangnya, kecakapan karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia yang baik dalam setiap bidangnya, sopir dan kondektur bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, sopir dan kondektur bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang, dan sopir dan kondektur bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa pengguna jalan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai *emphathy* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia, Tidak Puas (3,05 dan 3,36). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia

menunjukkan perhatian secara individual kepada pelanggan, pelayanannya ramah dan sopan, petugas Maskapai “Air Asia” Indonesia memberikan kesan yang baik kepada penumpang, pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia yang tidak membedakan kelas, dan karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai *tangible* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia, Tidak Puas (3,01 dan 3,19). Meskipun dinilai tidak puas, jika dibandingkan antara Kinerja dan Kepentingan, namun secara sendiri-sendiri kinerjanya sudah memuaskan (nilai mean termasuk dalam rentang memuaskan). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Maskapai “Air Asia” Indonesia berpenampilan rapi, Maskapai “Air Asia” Indonesia menyediakan fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik, Maskapai “Air Asia” Indonesia memiliki ruang tunggu yang nyaman, Maskapai “Air Asia” Indonesia dengan emisi yang ramah lingkungan, jumlah armada Maskapai “Air Asia” Indonesia banyak, dan harga tiket Maskapai “Air Asia” Indonesia terjangkau.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* dan *empaty* bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*,

dan *tangible* menunjukkan bahwa semua nilai kuantitatif Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia sama dengan kuantitatif kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya, sehingga tingkat kesesuaian pada *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* belum sesuai, ini berarti bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya belum merasa puas atas pelayanan melalui pengelolaan indikator-indikator yang ada pada dimensi dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Maskapai “Air Asia” Indonesia.

Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam kuadran A dan Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah mempertahankan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan/kepentingan dengan nilai Kinerja/pelaksanaan. Dengan hasil dari kuadran A, secara substantiv indikator-indikator tersebut tidak sekedar sebagai prioritas yang utama dengan pengoptimalan pengelolaan. Dalam penelitian ini diperoleh bahwa Kinerja yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai oleh penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dapat memuaskan pelanggan. Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam kuadran B dan Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah memprioritaskan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan/kepentingan dengan nilai Kinerja/pelaksanaan. Dengan demikian secara substantif indikator

tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

Dalam penelitian ini didapat bahwa kinerja yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai oleh Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dapat memuaskan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Namun item ini dinilai kurang penting, sehingga cenderung berlebihan. Pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia sudah memprioritaskan indikator-indikator dalam kuadran B tersebut untuk lebih ditingkatkan prestasinya dan pada kuadran B ini bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia. Dengan demikian pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia tidak hanya mempertahankan prestasinya, tetapi juga harus meningkatkan lagi nilai yang terkandung dalam indikator-indikator menjadi optimal sehingga kepuasan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya juga bisa dioptimalkan. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dalam memberikan pelayanannya kepada Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya sudah baik dan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas. Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya merasa puas dengan

pelayanan dalam kuadran C. Hal ini berarti bahwa meskipun pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia menganggap bahwa indikator tersebut sebagai suatu item yang belum dikelola dengan baik dan pengelolaan atas butir tersebut belum optimal. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai belum memberikan rasa puas bagi Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dengan Kinerja yang diberikan.

Indikator-indikator yang ada di kuadran D ini di atas nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kepentingan Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dan di bawah nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat Kinerja/pelaksanaan Maskapai “Air Asia” Indonesia. Dari hasil tersebut bahwa Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dianggap belum puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia melalui indikator tersebut. Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya dianggap belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai “Air Asia” Indonesia melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai “Air Asia” Indonesia dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.

Implikasi dalam praktek pemasarannya bahwa Maskapai “Air Asia” Indonesia perlu memprioritaskan aspek yang paling rendah dinilai oleh konsumen yaitu aspek bukti fisik (*tangible*) pada item “Maskapai “Air Asia” Indonesia menyediakan fasilitas AC, dan TV yang baik” dengan cara Maskapai “Air Asia” Indonesia menyediakan dalam kabinnya berupa fasilitas selimut yang lebih bagus, AC yang lebih sejuk, dan menyediakan TV pada setiap kursi tempat duduknya. Dengan demikian, maka Maskapai “Air Asia” Indonesia di Bandar dapat mampu memberikan rasa pelayanan yang lebih nyaman dan memuaskan penumpang Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Faktor ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataanya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

BAB V

1.2 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis diketahui kebanyakan responden menilai *performance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sudah memuaskan (mean 2,98 terletak antara 2,50 s/d 3,24).
2. Hasil analisis diketahui kebanyakan responden menilai *importance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sangat penting (mean 3,32 terletak antara 3,25 s/d 4,00).
3. Hasil analisis diketahui kebanyakan responden menilai *performance* dan *importance* pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 yang ditinjau dari aspek *reliability* (nilai kesesuaian 84% atau < 100%), *responsive* (nilai kesesuaian 87% atau < 100%), *assurance* (nilai kesesuaian 92% atau < 100%), *emphathy* (nilai kesesuaian 91% atau < 100%), dan *tangible* (nilai kesesuaian 94% atau < 100%) tidak sesuai atau belum memuaskan (nilai kesesuaian 90% atau < 100%).
4. Secara keseluruhan pelanggan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya Pasca Tragedi QZ8501 belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yaitu dengan mempertahankan semua variabel

dalam kuadran A, karena semua variabel ini menjadikan jasa Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran B perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran C dengan mempertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran D dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

5.2. Saran

Disarankan Maskapai “Air Asia” Indonesia memprioritaskan aspek yang paling rendah (mean 2,74) dinilai oleh konsumen yaitu aspek keandalan (*reliabilty*) item No. 2, yaitu: “Pesawat Maskapai “Air Asia” di Juanda *International Air Port* selalu tepat waktu sampai ditujuan” dengan cara:

1. Pihak “Maskapai “Air Asia” Indonesia harus selalu menjamin keberangkatan maupun kedatangan selalu tepat waktu dengan membuat manajemen perusahaan yang sangat baik.
2. Item yang termasuk dalam kuadran B perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran C dengan mempertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat

kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran D dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Dengan demikian, maka Maskapai “Air Asia” Indonesia dapat mampu memberikan rasa pelayanan yang lebih nyaman dan memuaskan pelanggan atas kinerja yang diberikan oleh Maskapai “Air Asia” Indonesia warga Surabaya.