

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN
LION AIR DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Anggit Sadewa Ravitaningsun

Nomor Mahasiswa : 13311288

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN
LION AIR DI YOGYAKARTA**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna

memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh :

Nama : Anggit Sadewa Ravitaningsun

Nomor Mahasiswa : 13311288

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan

judul:

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN

LION AIR DI YOGYAKARTA



Nama : Anggit Sadewa Ravitaningsun
No. Mahasiswa : 13311288
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

*Ace-
Anggit*
Mochamad Nasito

Mochamad Nasito, Drs., M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI
YOGYAKARTA**

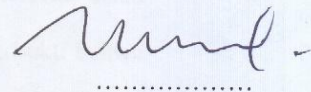
Disusun Oleh : **ANGGIT SADEWA RAVITANINGSUN**

Nomor Mahasiswa : **13311288**

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

Pada hari Kamis, tanggal: 12 April 2018

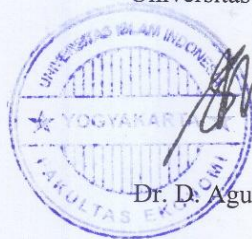
Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moch. Nasito, Drs., MM.



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO



“ ketika kamu melakukan kesalahan maka perbaikilah tidak ada kata terlambat untuk memperbaiki”

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(Qs. Al Insyirah : 5)

“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (ni'mat)-Ku. “

(QS. Al-Baqarah:152)

“Man Jadda Wajada. Siapa yang bersungguh-sungguh, ia akan mendapatkannya.”

“Semua perjuangan pasti ada hasilnya”

PERSEMBAHAN



Teruntuk :

Bapak dan Ibu Tercinta (Sudibyo dan Winarti)

Istri dan anak tercinta (Ocha dan Farel)

Saudara-saudaraku tersayang

Bapak dan Ibu Dosen FE UII

Serta Teman dan Sahabat tercinta

ABSTRAK

This study aims to determine the level of satisfaction assessed from the performance and expectations of airline PT Lion Air in Yogyakarta and to know the strategy of service improvement conducted by airline PT Lion Air in Yogyakarta in providing services to passengers ..

Sampling method in this research using random sampling method, that is taking sample randomly from population which have been determined. In this study using 100 respondents. This research uses servqual analysis and Cartesian diagram.

The results show that the performance level assessed from the performance of Lion Air airline is 3.53, which means that the company has been able to meet their performance. The level of importance judged by the importance of Lion Air airlines is 3.54 which means that the company is already able to meet their expectations. Overall, the five-dimensional Servqual value is -0.01 indicating that, the overall quality of the service provided by the company is incapable of meeting customer expectations. The service improvement strategy carried out by Lion Air airlines in providing services to passengers is to improve the service quality indicators that have negative servqual value.

Keywords: Service Quality, Servqual Analysis, and Cartesian Diagram

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dinilai dari kinerja dan harapan maskapai penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta dan untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai PT Lion Air di Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang..

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis servqual dan diagram kartesius.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Tingkat kinerja yang dinilai dari *performance* maskapai penerbangan Lion Air adalah sebesar 3,53 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi kinerja mereka. Tingkat kepentingan yang dinilai dari *importance* maskapai penerbangan Lion Air adalah sebesar 3,54 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi harapan mereka. Secara keseluruhan, nilai Servqual lima dimensi adalah -0,01 yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Lion Air dalam memberikan pelayanan kepada penumpang adalah memperbaiki indikator-indikator kualitas pelayanan yang memiliki nilai servqual negatif.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Analisis Servqual, dan Diagram kartesius

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia serta rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Yogyakarta”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang di penuhi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Yogyakarta” disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai jenjang pendidikan strata satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses pengerjakan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan dan rezeki, serta hidayah-Nya sehingga hamba-Mu bisa menyelesaikan pendidikan S-1 ini.
2. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Albari selaku dosen wali.
6. Bapak Mochamad Nasito, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran, kesabaran, dan perhatiannya dengan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, bimbingan serta pelayanannya.
8. Bapak Sudibyso dan Ibu Winarti yang telah menjadi orang tua yang selalu sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan semangat dan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada batas bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Ocha , pandega , wildan , abib yang telah menjadi istri , anak serta adik yang sangat baik dan penyayang bagi penulis.
10. Teman-teman yang sudah penulis anggap seperti saudara sendiri mahersa , vioranda , yori , bimo , em tam tam , kambing , eeng , adit , pandu , shiro yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
11. Mas sutrisno pihak angkasa pura yang sangat membantu untuk pengambilan data di airport
12. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2013 senang bisa bertemu dan berbagi ilmu bersama kalian.
13. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi baik langsung maupun tidak langsung yang tak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Mungkin hal ini karena terbatasnya pengetahuan maupun pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf sebesar-besarnya dan penulis dengan terbuka menerima saran dan kritik yang sifatnya memperbaiki. Semoga hasil penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di masa mendatang.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Maret 2018

Penulis

Anggit Sadewa Ravitaningsun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii

DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi Penelitian	22
3.2 Responden Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.5 Jenis Data penelitian	23
3.6 Definisi Operasional variabel Penelitian	24
3.7 Pengukuran Variabel Dengan Skala Likert	25
3.8 Uji Instrumen penelitian	26
3.9 Metode Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DATA	33
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
4.2 Analisis Deskriptif Responden	36
4.3 Analisis Penilaian Responden.....	38
4.4 Analisis Servqual	47
4.5 Pembahasan Diagram kartesius	50
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Usia	37
Tabel 4.5 Pendidikan.....	37
Tabel 4.6 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles	39
Tabel 4.7 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability.....	39
Tabel 4.8 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness	40

Tabel 4.9 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance	41
Tabel 4.10 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty	42
Tabel 4.11 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability	44
Tabel 4.13 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness ...	45
Tabel 4.14 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance	46
Tabel 4.15 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty	47
Tabel 4.16 Hasil Analisis Servqual	48
Tabel 4.17 Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesian	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Analisis Diagram Kartesian	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Penelitian.....	68
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman dan teknologi menuntut sebuah perusahaan untuk memiliki daya saing yang kuat di tengah ketatnya persaingan di era globalisasi saat ini. Dalam rangka memenangkan persaingan sebuah perusahaan dituntut untuk memberikan tingkat pelayanan yang baik sehingga memberikan tingkat kepuasan yang baik pula bagi para konsumen. Hal ini tentu sejalan dengan tujuan dari sebuah perusahaan yakni mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Bentuk tingkat pelayanan yang dapat diberikan adalah dengan memberikan barang atau jasa dengan kualitas yang baik.

Globalisasi dan pertumbuhan penduduk yang tinggi pada saat ini mengakibatkan tingginya permintaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mobilitas penduduk. Yu, Chang, dan Huang, (2006) mengatakan bahwa persaingan suatu perusahaan khususnya pada sektor jasa telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan. Permintaan atas jasa pada saat ini semakin meningkat terutama pada bidang komunikasi, informasi dan terutama transportasi. Hal ini tentu mengharuskan sebuah perusahaan yang bergerak bidang komunikasi, informasi dan transportasi untuk terus melakukan inovasi-inovasi pada operasionalnya agar terus mampu melayani permintaan jasa yang tinggi dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Ketatnya persaingan antar penyedia jasa mengharuskan mereka untuk mampu mempertahankan konsumen. Konsumen atau pengguna jasa akan menggunakan jasa dari suatu perusahaan yang mampu menawarkan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi. Kotler (2005) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Jadi

dengan kata lain persepsi konsumen inilah yang mempengaruhi nilai dari suatu produk jasa.

Perusahaan penyedia jasa yang sangat dibutuhkan saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Hal ini diakibatkan karena tingkat pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang tinggi sehingga berdampak pada tingginya mobilitas penduduk. Mobilitas penduduk yang tinggi inilah yang menjadikan perusahaan penyedia jasa transportasi sangat dibutuhkan. Kondisi geografis Negara Indonesia yang merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak pulau-pulau membutuhkan transportasi yang efektif dan efisien. Hal ini menjadikan penyedia jasa transportasi penerbangan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan. Salah satu perusahaan jasa di bidang penerbangan komersial adalah PT. Lion Air

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia yang secara hukum didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000, dengan melayani rute penerbangan dari Jakarta menuju Pontianak menggunakan pesawat dengan tipe Boeing 737-200 yang pada saat itu berjumlah 2 unit. Berkantor pusat di Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada No. 7 yang berada di kawasan Jakarta Pusat, PT. Lion Mentari Airlines atau yang biasa dikenal dengan Lion Air merupakan maskapai penerbangan berbiaya rendah (*Low Cost Carrier*) dengan mengusung slogan "*We Make People Fly*". Melalui hal ini Lion Air mencoba mewujudkan dan merubah stigma masyarakat bahwa siapapun bisa terbang bersama Lion Air dengan tetap mengedepankan aspek keselamatan, keamanan, dan kualitas penerbangan. PT. Lion Air yang bergerak pada segmen *Low Cost Carrier* (LCC). Persaingan yang ketat pada segmen LCC ini menjadikan Lion Air melakukan inovasi dengan menurunkan harga dan membuka rute baru dengan *focus region* Indonesia bagian Timur.

Permasalahan utama PT Lion Air sebagai maskapai penerbangan adalah pandangan negatif atas kinerja kualitas layanan Lion Air. Berbagai insiden dan kecelakaan penerbangan Lion Air menyebabkan penurunan kinerja

kualitas layanan Lion Air. Berikut merupakan daftar insiden yang melibatkan Lion Air.

1. April 2013

Pesawat Lion Air jenis Boeing 737-80 NG dengan nomor penerbangan JT-904 rute Bandung-Denpasar jatuh di laut dekat Bandara Ngurah Rai, Bali, pada 13 April 2013. Saat itu Kemenhub hanya memberikan sanksi kepada pilot pesawat Boeing 737-800, Mahlup Gozali, berupa *preventive grounded*. Sedangkan sanksi untuk maskapai Lion Air tidak jelas. Ancaman sanksi hanya sekadar wacana dengan alasan masih belum diketahuinya penyebab terjadinya kecelakaan pesawat tersebut.

2. Februari 2015

Imbas dari keterlambatan puluhan penerbangan Lion Air pada Kamis (19/2/2015) yang menyebabkan terlantarnya ratusan penumpang membuat Kementerian Perhubungan menjatuhkan sanksi untuk maskapai penerbangan berlambang singa ini. Penghentian rute baru untuk Lion Air menjadi sanksi awal yang diberikan oleh Kemenhub. Meskipun sanksi ini dinilai terlalu ringan oleh banyak pihak, Kemenhub berujar bahwa sanksi ini untuk langkah awal untuk Lion Air agar memperbaiki komitmen SOP pelayanan penumpang dengan baik.

3. Mei 2016

Pada bulan Mei 2016 maskapai Lion Air mendapatkan sanksi dari Kemenhub yaitu pelarangan membuka rute baru selama enam bulan. Sanksi ini disebabkan karena pilot Lion Air melakukan aksi mogok pada 10 Mei 2016 hingga menyebabkan delay panjang pada hari itu. Pada hari yang sama terkuak oleh Kemenhub bahwa ada insiden bus penumpang salah masuk terminal. Saat itu bus penumpang Lion Air yang mengangkut penumpang dari Singapura malah masuk ke Terminal 1 Bandara Soekarno-Hatta yang

diperuntukkan untuk perjalanan domestik. Harusnya bus tersebut masuk ke Terminal 2 untuk perjalanan internasional.

4. Maret 2017

Penumpang Lion Air dengan nomor penerbangan JT 158 jurusan Jakarta-Singapur dibuat kecewa. Sebab mereka yang harusnya mendarat di Changi Airport malah ditawarkan ke Johor Baru. Pihak Lion Air mengatakan tidak mendapat izin mendarat di Singapura Rabu (29/3) malam. Mereka menawarkan opsi mendarat di Johor Baru lalu diangkut dengan bus ke Singapura. Pilihan lainnya adalah berangkat esok hari ke Singapura. Hal ini membuat para penumpang yang sudah menunggu lama meradang. Mereka mengajukan protes tetap ingin terbang malam itu juga ke Singapura. Tetapi pihak maskapai bersikukuh memberikan dua opsi tersebut, yakni ke Johor Baru atau ke Singapura esok harinya.

5. April 2017

Pada kurun waktu April ini, dua insiden besar kembali menimpa maskapai Lion Air. Bahan bakar tumpah (overfill) di Bandara Juanda dan terjadinya penundaan jadwal penerbangan di beberapa bandara, termasuk Pontianak dan Bandara Cengkareng. Imbas dari kejadian ini, Direktur Jenderal Perhubungan Udara Kemenhub Agus Santoso memberi waktu dua bulan kepada Lion Air untuk segera memperbaiki manajemen operasional. Lebih lanjut Agus mengatakan untuk kasus delay yang berdampak menumpuknya penumpang di bandara seharusnya bisa ditanggulangi dengan manajemen operasional kru dan pesawat yang lebih baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja kualitas layanan pada maskapai penerbangan Lion Air dan bagaimana. Oleh karena itu judul yang penulis angkat adalah “**Analisis Kualitas Pelayanan Pada Maskapai Penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta**”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan yang dinilai dari kinerja dan harapan maskapai penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta?
2. Bagaimanakah strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai PT Lion Air di Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dinilai dari kinerja dan harapan maskapai penerbangan PT Lion Air di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai PT Lion Air di Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

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

2. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi PT. Lion Air untuk menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Baker (2013) meneliti kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap 14 maskapai utama A.S. antara tahun 2007 sampai 2011 dengan menggunakan data dari Departemen Perhubungan Air Travel Reports. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap dimensi kualitas penerbangan dan selanjutnya untuk

mengetahui hubungan antara dimensi kualitas layanan dan kepuasan penumpang terhadap layanan penerbangan. Tinjauan kritis terhadap literatur mengungkapkan bahwa industri penerbangan telah berjuang dengan banyak tantangan: memangkas biaya, mengelola permintaan yang berfluktuasi, menjaga dengan persyaratan kualitas yang ketat sambil berusaha mempertahankan layanan superior dan memenuhi kebutuhan berbagai kelompok pelanggan. Data dikumpulkan dari Laporan Konsumen Perjalanan Udara Departemen Perhubungan dengan langkah-langkah berikut: persentase kedatangan tepat waktu, penumpang menolak menumpang, menangani barang bawaan dan keluhan pelanggan. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, Microsoft Excel versi 2010 digunakan untuk menganalisis data dengan menggunakan persentase, mean dan standar deviasi. Hasil menunjukkan bahwa sementara operator tradisional berkumpul menuju tingkat kualitas layanan yang lebih tinggi, dengan menggunakan empat ukuran, terdapat variasi yang signifikan. Dalam penelitian ini, selama lima tahun periode 2007 sampai 2011, kualitas layanan maskapai penerbangan murah umumnya lebih tinggi daripada maskapai penerbangan tradisional. Implikasi terkait biaya operasional, pangsa pasar, infrastruktur dan layanan pelanggan terbukti.

Wardhani (2006) melakukan penelitian dengan judul "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta)*". Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut-atribut kualitas pelayanan (*service quality*) menurut konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia dengan kinerja yang telah dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis *Importance performance Analysis* (IPA). Sampel yang diambil sebanyak 100 sampel dengan teknik *accidental sampling*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk menjaga kepuasan konsumen penerbangan PT. Garuda Indonesia harus meningkatkan daya beli konsumen, memperluas pangsa pasar dan mempertahankan konsumen untuk tidak beralih pada maskapai penerbangan lain.

Manullang (2008) mengadakan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh yang dominan dari kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang dari total 2300 populasi. Hasil penelitian adalah kualitas jasa dilihat dari 5 dimensi (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) dengan variabel yang dominan dengan pengaruh signifikan adalah variabel *reliability*.

Permana (2012) melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan maupun parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines. Populasi dari penelitian ini adalah para konsumen Garuda Indonesia Airlines kelas Ekonomi yang telah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner yang dibagikan kepada para responden, dan kemudian dianalisis dengan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel-variabel kualitas pelayanan yang digunakan berpengaruh positif baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

Sylvester, *et al.*, (2012) melakukan penelitian dengan judul “*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. Penelitian ini menggunakan aspek *Servqual* yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*. 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.

Sari, *et al.*, (2014) melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat dari Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero). Tbk Branch Office Semarang yang dilihat dari dimensi kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) dan dimensi harga. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang Garuda Airlines dengan sampel sebanyak 100 sampel dan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan rata-rata total untuk kualitas pelayanan masuk kategori puas (89,10%) dan untuk variabel harga termasuk dalam kategori cukup puas (86,06%).

2.2 Landasan Teori

1. 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. Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya 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 (2001), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya 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). Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Stanton (2001) 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.

Sedangkan Griffin dalam Lupiyoadi (2001) menyatakan karakteristik jasa adalah sebagai berikut :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.
- b. *Unstorability*, jasa yang tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama.
- c. *Customization*, Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (2005) menyebutkan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, sedangkan Umar (2003) dalam Manullang (2008) menyebutkan pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain serta kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Tjiptono (2001) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan bagaimana

pelayanan yang mereka terima apabila dibandingkan dengan persepsi yang mereka pikirkan. Apabila kualitas jasa yang dihasilkan dan dirasakan pelanggan sesuai dengan persepsi atau harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik, dengan kondisi ideal tentunya apabila jasa melebihi persepsi atau harapan pelanggan. Sebaliknya apabila kualitas jasa yang dirasakan lebih rendah atau jelek dibandingkan persepsi dan harapan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk. Dapat disimpulkan baik dan buruknya kualitas pelayanan dinilai dari kemampuan penyedia jasa memenuhi kebutuhan dan melebihi persepsi pelanggan secara berkelanjutan.

3. Metode Pelayanan Jasa

Dalam studi Yu, Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran di atas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Tjiptono, (2001) 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 (responsif) 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. Emphaty (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.

4. Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan Jasa

Kotler (2005) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Yu, Chang dan Huang (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. Yu, Chang dan Huang (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.

Menurut Tjiptono(2001), memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasaan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasaan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut Tjiptono(2001) :

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.

5. Konsep GAP Kualitas Layanan

Menurut Purnama , (2006) Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Sumber informasi internal misalnya pengalaman pembelian masa lalu, pengamatan atau percobaan pembelian. Sumber informasi eksternal merupakan informasi dari luar konsumen, misalnya dari konsumen lain melalui informasi getok tular (dari mulut ke mulut) atau informasi dari pemasar melalui promosi yang disampaikan dengan media tertentu.

Harapan konsumen terhadap terhadap layanan yang dijabarkan kedalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan

diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan.

Menurut Purnama (2006), berikut ini lima kesenjangan kualitas layanan yang memberikan dampak terhadap kualitas pelayanan, serta dapat mengurangi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a. Gap 1: Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen
Gap ini menunjukkan perbedaan antara harapan pengguna jasa dengan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Hal ini disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan konsumen. Misalnya sebuah bank memberikan layanan dengan tempat yang nyaman dan peralatan yang canggih, namun ternyata konsumen berharap mendapatkan layanan dengan persyaratan yang mudah dan cepat.
- b. Gap 2: Kesenjangan antara persepsi dari pihak penyedia jasa terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan
Gap ini menunjukkan perbedaan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dengan spesifikasi pelayanan. Misalnya petugas teller bank diinstruksikan melayani konsumen dengan cepat, namun tidak ada standar waktu pemberian layanan.
- c. Gap 3: Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan proses pemberian/penyampaian jasa
Gap ini menunjukkan perbedaan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan penyampaian pelayanan yang diberikan oleh karyawan (contact personnel). Kesenjangan ini merupakan ketidaksesuaian kinerja pelayanan, karena karyawan tidak mampu atau tidak memiliki keinginan untuk menyampaikan jasa menurut tingkat pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Misalnya petugas teller bank diinstruksikan untuk melayani konsumen dengan cepat, namun di sisi lain juga harus mendengarkan

keluhan konsumen, sehingga standar waktu layanan yang telah ditetapkan seringkali harus dilanggar.

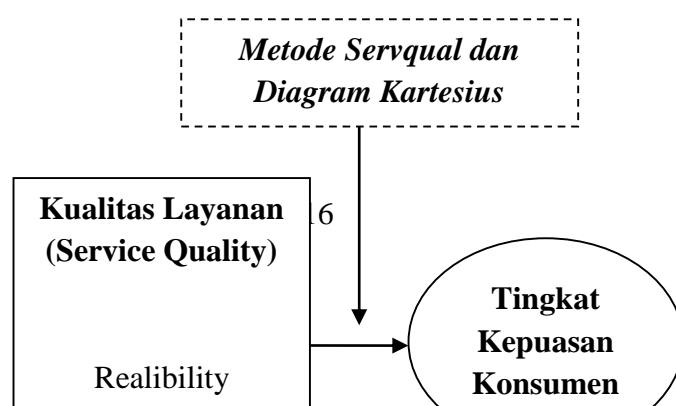
- d. Gap 4: Kesenjangan antara pelayanan dan komunikasi eksternal kepada pelanggan.

Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi akibat adanya ketidaksesuaian antara pelayanan yang dijanjikan dan pelayanan yang disampaikan. Misalnya sebuah bank dengan promosinya menjanjikan layanan kredit yang cepat dengan persyaratan yang mudah, namun dalam kenyataannya para konsumen harus melengkapi beberapa persyaratan yang rumit.

- e. Gap 5: Kesenjangan antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan
- f. Jika persepsi dan ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan terbukti sama dan bahkan persepsi lebih baik dari ekspektasi maka perusahaan akan mendapat citra dan dampak positif. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka dan landasan teori yang telah dijelaskan, dapat dilihat bahwa pentingnya jasa terhadap aktivitas penerbangan. Hal ini menjadikan penyedia jasa harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas. Kualitas layanan yang baik dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Kualitas layanan yang diberikan nantinya akan berpengaruh terhadap persepsi konsumen yang nantinya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dijelaskan seperti pada gambar 1.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Bandara Adi Sucipto, Yogyakarta dan yang diteliti adalah penumpang pesawat Lion Air.

3.2 Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah sebagian penumpang penerbangan pesawat Lion Air.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari 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, 2008:73). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan pesawat Lion Air minimal 3 kali penerbangan.

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki oleh suatu populasi (Siregar, 2013:56). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen atau penumpang pesawat Lion Air dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Jumlah sampel sebanyak 100 ini dinilai cukup untuk dapat mewakili responden, karena menurut Sugiyono (2008:74), berdasarkan distribusi normal jumlah sampel diatas 30 sudah dapat menggambarkan populasi dan analisis.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan pada waktu yang telah ditentukan sehingga para penumpang pada waktu yang telah ditentukan digunakan sebagai sampel. Metode sampel yang digunakan termasuk dalam kategori *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Penggunaan metode ini dikarenakan tiap elemen dalam populasi diketahui peluangnya untuk dijadikan sampel yang secara kebetulan ditemui pada saat dilakukan penelitian.

3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Siregar (2013) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari

sumber pertama atau tempat obyek penelitian yang dilakukan, sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data Primer pada penelitian ini adalah berupa rekapitulasi data kuisisioner yang disebarakan, sedangkan data sekunder yang digunakan adalah mengenai jam keberangkatan, lama perjalanan dan perkiraan datang.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan secara langsung kepada para penumpang. Jawaban dari para penumpang (responden) menjadi data yang akan digunakan pada penelitian ini

3.6 Definisi Operasional variabel

1. Kinerja Kualitas Jasa

Yu, Chang, dan Huang (2006) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Baker (2013) dan Parasuraman et.al, (1986) 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 (Safety)
2. Jaminan (Assurance)
 - Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya
 - Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang
 - Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan

- Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan
- 3. Empati (Empaty)
 - Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
 - Pelayanan yang ramah dan sopan
 - Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang
- 4. Berwujud (Tangible)
 - Kebersihan pesawat
 - Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air
 - Tersedianya fasilitas yang baik.
 - Jumlah Pesawat yang memadai

3.7 Pengukuran Variabel dengan Skala Likert

Menurut Siregar (2013), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Variabel ini kemudian menjadi dimensi penelitian dan kemudian menjadi indikator penelitian yang akhirnya menjadi subindikator yang merupakan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang dijawab responden. Respon yang cenderung tinggi mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan sebaliknya respon yang cenderung rendah mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang rendah. Berikut ini kategori-kategori dari skala Likert :

Kategori :

SS = Sangat Setuju dengan skor = 5

S = Setuju dengan skor = 4

N = netral dengan skor = 3

TS = Tidak Setuju dengan skor = 2

STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor = 1

3.8 Uji Instrumen-Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar,2013). 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 30 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):

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

Keterangan:

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

N = jumlah responden yang diuji coba

$\sum X$ = jumlah skor butir (X)

$\sum Y$ = jumlah skor variable (Y)

$\sum X^2$ = jumlah skor butir (X) kuadran

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santosa, 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 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 13.00*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 269).

$$\alpha = \left[\frac{b}{(b-1)} \right] \left[\frac{V_t - \sum V_i}{V_t} \right]$$

- Keterangan:
- α = *Cronbach Alpha*
 - b = Banyaknya butir angket
 - V_t = Varian skor total
 - V_i = Varian butir $i=1,2,\dots,n$

3.9 Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis variabel penelitian dari jawaban para responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan

2. Analisis Gap (Analisis Servqual)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Servqual gap dihitung dengan rumus:

$$\text{Servqual Gap} = (\text{Skor Kinerja Kualitas Pelayanan}) - (\text{Skor Harapan/Kepentingan Pelanggan})$$

Hasil analisis Servqual dibedakan dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. Gap skor nol, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan sama dengan skor kualitas pelayanan.
2. Gap skor negatif, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan lebih besar dari skor kualitas pelayanan.

Gap skor positif, menunjukkan bahwa skor kualitas pelayanan lebih besar dari skor harapan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan rasa puas pelanggan

3. Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius digunakan untuk menilai strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai PT Lion Air di Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Penilaian strategi dapat dilihat dari peringkat kuadran dari masing-masing indikator kualitas layanan. *Diagram kartesius* digambarkan dalam grafik X dan Y dengan menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. 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 :

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

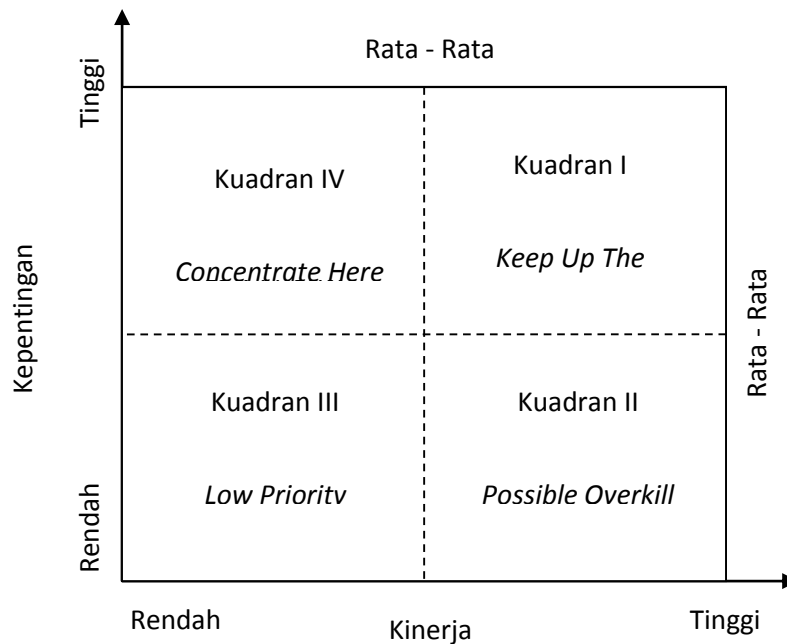
\bar{X} = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

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

Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga K = 4. Rumus yang digunakan :

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

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.



Gambar 3.1

Matrik *Importance Performance Analysis*

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

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai sebesar 0.201. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung} Kinerja	r_{hitung} Kepentingan	r_{tabel}	Kesimpulan
Tangibles	1	0.827	0,900	0.201	Valid
	2	0.926	0,869		Valid
	3	0.915	0,888		Valid
	4	0,911	0,412		Valid

Reliability	1	0.953	0,834	0.201	Valid
	2	0.958	0,829		Valid
	3	0.958	0,832		Valid
	4	0.922	0,869		Valid
Responsiveness	1	0.910	0,791	0.201	Valid
	2	0.895	0,844		Valid
	3	0.878	0,854		Valid
	4	0.859	0,733		Valid
Assurance	1	0.891	0,704	0.201	Valid
	2	0.822	0,724		Valid
	3	0,864	0,872		Valid
	4	0.863	0,870		Valid
Emphaty	1	0,913	0,958	0.201	Valid
	2	0.902	0,868		Valid
	3	0,904	0,903		Valid
	4	0,869	0,919		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.201$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2005).

Tabel 4.2
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alfa Kinerja	Nilai Cronbach Alfa Kepentingan	Kesimpulan
<i>Tangibles</i>	0.916	0,794	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.962	0,862	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.908	0,805	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.882	0,807	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.919	0,932	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel / handal dan dapat

digunakan untuk analisis selanjutnya.. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	54	54
Perempuan	46	46
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 54 orang atau 54% dan perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki dengan 54%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.4
Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
<30 tahun	50	50
31 – 40 tahun	29	29
41 – 50 tahun	16	16
>51 tahun	5	5
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi empat kategori yaitu kurang dari 30 tahun, 31 sampai 40 tahun, 41 sampai 50 tahun dan lebih dari 51 tahun. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia < 20 tahun sebesar 50 responden atau 50 %.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Jenjang Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	9	9
D3	35	35
S1	51	51
S2/S3	5	5

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi enam kategori SD, SMP, SMA, Diploma (D3), Strata 1 (S1), dan Strata 2/Strata 3 (S3). Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang berpendidikan S1 yaitu sebesar 51%.

4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.3.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Kinerja Kualitas Layanan

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria 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

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

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
Kebersihan pesawat	3,48	Sangat Setuju
Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air	3,58	Sangat Setuju
Tersedianya fasilitas yang baik.	3,54	Sangat Setuju
Jumlah Pesawat yang memadai	3,51	Sangat Setuju
Rata-rata	3.53	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,53 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air dengan rata – rata sebesar 3,58 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kebersihan pesawat yaitu dengan rata – rata sebesar 3,48.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
Ketepatan waktu keberangkatan	3,53	Sangat Setuju

Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,52	Sangat Setuju
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,54	Sangat Setuju
Keamanan (Safety)	3,52	Sangat Setuju
Rata-rata	3.53	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,53 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu dengan rata – rata sebesar 3,54 dan penilaian terendah adalah pada indikator ketepatan waktu yaitu dengan rata – rata sebesar 3,52

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,50	Sangat Setuju
Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,48	Sangat Setuju
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,43	Sangat Setuju
Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,46	Sangat Setuju

Rata-rata	3,47	Sangat Setuju
------------------	-------------	---------------

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,47 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan sebesar 3,50 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,43.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Persepsi	Kriteria
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,67	Sangat Setuju
Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,52	Sangat Setuju
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,52	Sangat Setuju
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3.51	Sangat Setuju
Rata-rata	3.56	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,56 dan nilai tersebut kategori sangatsetuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang sebesar 3,67 dan penilaian terendah adalah pada indikator Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,51.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut

Tabel 4.10

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,51	Sangat Setuju
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,56	Sangat Setuju
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,62	Sangat Setuju
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3.60	Sangat Setuju
Rata-rata	3,57	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,57 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel

emphaty tertinggi adalah pada Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang sebesar 3,62 dan penilaian terendah adalah pada indikator Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 3,51.

4.3.2 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Harapan/Kepentingan Konsumen

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria 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

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

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
-------------------	----------	----------

Kebersihan pesawat	3,67	Sangat Setuju
Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air	3,55	Sangat Setuju
Tersedianya fasilitas yang baik.	3,61	Sangat Setuju
Jumlah Pesawat yang memadai	3,68	Sangat Setuju
Rata-rata	3.63	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,63 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator jumlah pesawat yang memadai dengan rata – rata sebesar 3,68 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air yaitu dengan rata – rata sebesar 3,68.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
Ketepatan waktu keberangkatan	3,43	Sangat Setuju
Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,35	Sangat Setuju
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,64	Sangat Setuju
Keamanan (Safety)	3,65	Sangat Setuju

Rata-rata	3.52	Sangat Setuju
------------------	-------------	---------------

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,52 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator keamanan dengan rata – rata sebesar 3,65 dan penilaian terendah adalah pada indikator ketepatan waktu yaitu dengan rata – rata sebesar 3,35

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,42	Sangat setuju
Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,62	Sangat setuju
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,59	Sangat setuju

Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,28	Sangat setuju
Rata-rata	3,48	Sangat setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,48 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan sebesar 3,62 dan penilaian terendah adalah pada indikator Tindakan yang cepat ketika terjadi delay yaitu dengan rata – rata sebesar 3,28.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Persepsi	Kriteria
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,59	Sangat Setuju

Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,46	Sangat Setuju
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,28	Sangat Setuju
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3.35	Sangat Setuju
Rata-rata	3.42	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,42 dan nilai tersebut kategori sangatsetuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang sebesar 3,59 dan penilaian terendah adalah pada indikator Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,28.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut

Tabel 4.15

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
-----------------	----------	----------

Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,70	Sangat baik
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,63	Sangat ramah
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,70	Sangat baik
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3.68	Sangat baik
Rata-rata	3,67	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,67 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable empathy adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel empathy tertinggi adalah pada Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang dan Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang sebesar 3,70 dan penilaian terendah adalah pada indikator Pelayanan yang ramah dan sopan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,63.

4.4 Analisis Servqual

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Servqual gap dihitung dengan rumus:

Servqual Gap = (Skor Kinerja Kualitas Pelayanan) – (Skor Harapan/Kepentingan Pelanggan).

Hasil analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16

Hasil Analisis Servqual

Atribut	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Sevqual	Keterangan
Tangibles				
Kebersihan pesawat	3,48	3,67	-0,19	Negatif
Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air	3,58	3,55	0,03	Positif
Tersedianya fasilitas yang baik,	3,54	3,61	-0,07	Negatif
Jumlah Pesawat yang memadai	3,51	3,68	-0,17	Negatif
Rata-rata	3,53	3,63	-0,10	Negatif
Reliability				
Ketepatan waktu keberangkatan	3,53	3,43	0,10	Positif
Ketepatan waktu sampai tujuan	3,52	3,35	0,17	Positif
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,54	3,64	-0,10	Negatif
Keamanan (Safety)	3,52	3,65	-0,13	Negatif
Rata-rata	3,53	3,52	0,01	Positif
Responsiveness				
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam	3,5	3,42	0,08	Positif

menyelesaikan keluhan pelanggan				
Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,48	3,62	-0,14	Negatif
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,43	3,59	-0,16	Negatif
Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,46	3,28	0,18	Positif
Rata-rata	3,47	3,48	-0,01	Negatif
Assurance				
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,67	3,59	0,08	Positif
Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,52	3,46	0,06	Positif
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,52	3,28	0,24	Positif
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3,51	3,35	0,16	Positif
Rata-rata	3,56	3,42	0,14	Positif
Emphaty				

Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,51	3,7	-0,19	Negatif
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,56	3,63	-0,07	Negatif
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,62	3,7	-0,08	Negatif
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3,6	3,68	-0,08	Negatif
Rata-rata	3,57	3,67	-0,10	Negatif
Rata-rata Total	3,532	3,544	-0,01	Negatif

Sumber : Data Diolah

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap perusahaan, berdasarkan 20 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor servqual, 20 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili harapan dan pernyataan persepsi dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

Dalam tabel, nilai servqual positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi harapan mereka. Atribut-atribut tersebut merupakan dimensi yang memiliki kekurangan paling serius dan memerlukan perhatian serius oleh bank dalam hal membuat perbaikan. Semakin besar kesenjangan, yang serius tingkat kualitas layanan dari sudut pelanggan pandang. Di sisi lain, nilai servqual positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 20 item pertanyaan. Secara keseluruhan,

nilai Servqual lima dimensi adalah -0,01 yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

4.5 Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius digunakan untuk menilai strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai PT Lion Air di Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Penilaian strategi dapat dilihat dari peringkat kuadran dari masing-masing indikator kualitas layanan. *Diagram kartesius* digambarkan dalam grafik X dan Y dengan menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. 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. Berikut ini adalah titik potong masing-masing indikator dan titik potong diagram kartesius :

Tabel 4.17

Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius

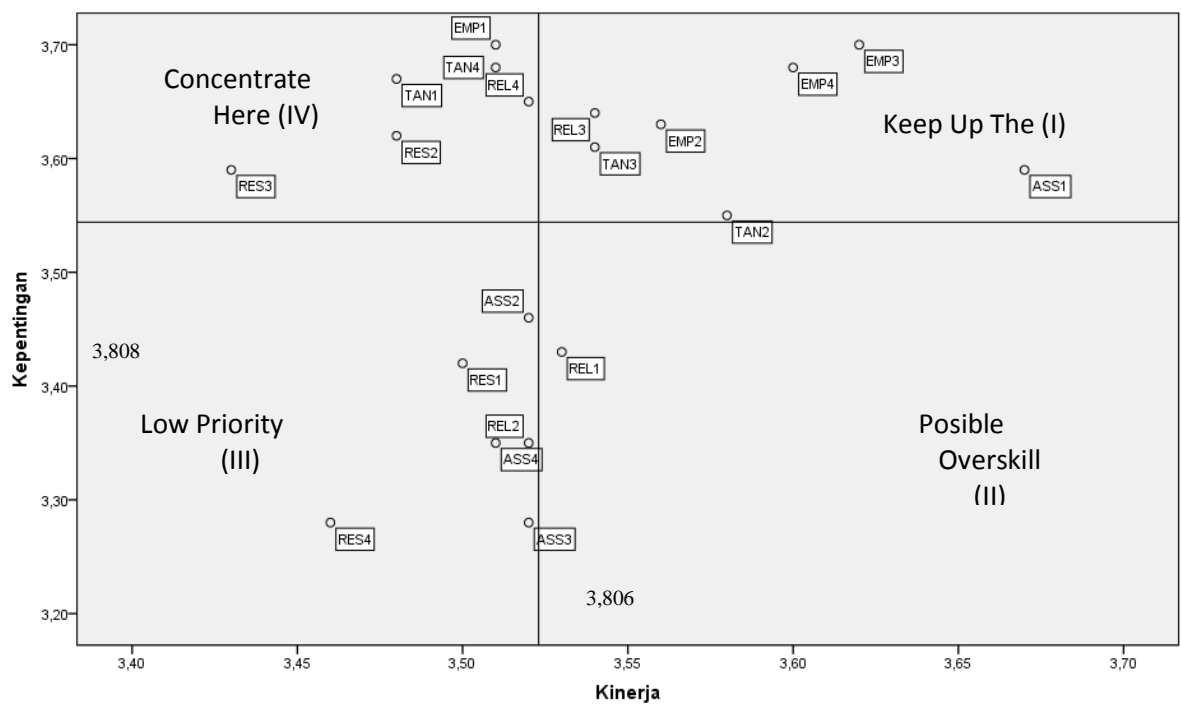
Atribut	Kinerja (X)	Keperntingan/Harapan (Y)
Tangibles		
Kebersihan pesawat	3,48	3,67
Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air	3,58	3,55
Tersedianya fasilitas yang baik,	3,54	3,61

Jumlah Pesawat yang memadai	3,51	3,68
Reliability		
Ketepatan waktu keberangkatan	3,53	3,43
Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,52	3,35
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,54	3,64
Keamanan (Safety)	3,52	3,65
Responsiveness		
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,5	3,42
Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,48	3,62
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,43	3,59
Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,46	3,28
Assurance		
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,67	3,59
Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,52	3,46
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,52	3,28
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3,51	3,35
Emphaty		
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,51	3,7

Pelayanan yang ramah dan sopan	3,56	3,63
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,62	3,7
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3,6	3,68
Titik Potong	3,532	3,544

Sumber : Data Diolah

Setelah koordinat titik potong, dan koordinat masing-masing variabel maka unsur-unsur tersebut dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius.



Gambar 4.1

Hasil Analisis Diagram Kartesius

Dari gambar diagram kartesius terlihat bahwa letak dari variabel-variabel kualitas layanan jasa terbagi dalam beberapa kuadran. Dari hasil analisis diagram kartesius, dapat diketahui posisi dari tingkat harapan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Hasil interpretasi dari posisi tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air, Tersedianya fasilitas yang baik, Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu, Pelayanan yang ramah dan sopan, dan Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang dan Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran I haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus dapat mempertahankan atribut yang masuk dalam kuadran ini yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak perusahaan, sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen hendaknya menyediakan produk yang bervariasi dan ditunjang teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal.
2. Kuadran II menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang

penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Ketepatan waktu keberangkatan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran II.

3. Kuadran III menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini adalah Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan, Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan, Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan, Ketepatan waktu keberangkatan, Ketepatan waktu sampai ditujuan dan Tindakan yang cepat ketika terjadi delay. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran III nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran III mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan.
4. Kuadran IV menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja

kualitas pelanggan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan, Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan, Kebersihan pesawat, Jumlah Pesawat yang memadai, Keamanan (Safety) dan Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang . Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada kesembilan atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

4.6 Pembahasan

Secara keseluruhan, nilai serqual lima dimensi bernilai negatif yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai Servqual lima dimensi adalah -0,01 yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan

Hal ini berarti perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness. Hasil analisis servqual pada variabel tangible adalah nilai -0,10 yang berarti perusahaan belum mampu memenuhi harapan pelanggan dalam variabel

tangible. Tangible berhubungan dengan kepuasan konsumen karena bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Hubungan bentuk fisik dengan kepuasan konsumen adalah bentuk fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap bentuk fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap bentuk fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Hasil analisis servqual pada variabel reliability adalah nilai 0,01 yang berarti perusahaan sudah mampu memenuhi harapan pelanggan dalam variabel reliability. Keandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Hubungan keandalan dengan kepuasan konsumen adalah keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap keandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap keandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Hasil analisis servqual pada variabel responsiveness adalah nilai -0,01 yang berarti perusahaan belum mampu memenuhi harapan pelanggan dalam variabel responsiveness. Daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu

dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas akan mempermudah konsumen dalam mempergunakan jasa. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah

Hasil analisis servqual pada variabel jaminan adalah nilai 0,14 yang berarti perusahaan sudah mampu memenuhi harapan pelanggan dalam variabel jaminan. Jaminan (assurance) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para karyawan. Adanya jaminan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan kegiatan, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang

diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil analisis servqual pada variabel *emphaty* adalah nilai -0,10 yang berarti perusahaan belum mampu memenuhi harapan pelanggan dalam variabel *emphaty*. Empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan . Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan. Hubungan *emphaty* dengan kepuasan konsumen adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kinerja yang dinilai dari *performance* maskapai penerbangan Lion Air adalah sebesar 3,53 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi kinerja mereka. Tingkat kepentingan yang dinilai dari *importancemaskapai* penerbangan Lion Air adalah sebesar 3,54 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi harapan mereka. Secara keseluruhan, nilai Servqual lima dimensi adalah -0,01 yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

2. Strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Lion Air dalam memberikan pelayanan kepada penumpang adalah memperbaiki indikator-indikator kualitas pelayanan yang memiliki nilai servqual negatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak Lion Air hendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran IV, yaitu dengan cara meningkatkan indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini yaitu Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan, Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan, Kebersihan pesawat, Jumlah Pesawat yang memadai, Keamanan (Safety) dan Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan
2. Sebaiknya pihak Lion Air harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada dimensi yang berada dalam kuadran I.

Daftar Pustaka

Baker, David. 2013. Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: A Comparison between Legacy Airlines and Low-Cost Airlines. *American Journal of Tourism Research* Vol. 2, No. 1, 2013, 67-77

Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta

Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok

Magal, S.R. dan N.M. Lavenburg, 2005, *Using Importance-Performance Analysis to Evaluate e-business Strategies among Small Businesses*, In the Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences, pp: 1-10

Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan. Thesis : Universitas Sumatera Utara

- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- Permana, Aris Bagus. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines (Study Kasus Pada Konsumen Garuda Indonesia Airlines Kelas Ekonomi Di Bandara Juanda). Skripsi : Universitas veteran
- Purnama, N. 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia
- Santoso, Gempur. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* . Jakarta: GramediaMedia Group
- Sari, Endah Purnama, Apriatni E.P., Widayanto. 2014. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Harga Pt. Garuda Indonesia Airlines (Persero), TBK KANTOR CABANG SEMARANG. DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2014, Hal. 1-11 <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa : Sadu Sundaru. Jakarta : Erlangga

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Sylvester Yeung, Zandy Lee, Nelson K. F. Tsang. 2012. An Importance-Performance Analysis of Low Cost Carriers in Asia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 13(3):173-194 · July 2012

Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi. Offset

Wardhani, Estie Kusuma. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 3, Nomor 1, Januari, Tahun 2006, Halaman 40*

Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : FakultasEkonomi UII

Yu, Chang-Hsi, Chang, Hsiu-Chen dan Huang, Gww-Liang. 2006. A Study of ServiceQuality, Customer Satisfaction, and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry', *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge Vol.9 Num.1

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Saudara/i Responden

Di Tempat

Assalamualaikum, Wr Wb

Dengan ini kami mohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu sejenak untuk dapat menyampaikan kuesioner yang berisi pertanyaan yang sekiranya akan saudara/i jawab. Jawaban dari kuesioner ini menjadi data yang akan kami

gunakan untuk keperluan menyusun skripsi yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Yogyakarta**”.

Untuk itu jawaban saudara/i yang sebenarnya akan sangat membantu kami dalam menyelesaikan skripsi ini, karena penelitian ini hanya untuk tujuan ilmiah, maka data yang saudara/i berikan akan sangat kami jaga kerahasiaanya. Hasil kuesioner ini semata-mata untuk menyusun skripsi dan tidak disajikan kepada pihak luar.

Akhirnya kami ucapkan terima kasih yang setulusnya atas kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum. Wr Wb

IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang cocok

Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Umur : a. < 30 tahun b. 31-40 tahun c.41-50 tahun d.>51 tahun

Tingkat pendidikan : a. SD b. SLTP-SLTA c. Akademi d. Sarjana

Jawablah pertanyaan ini yang menyangkut PENGALAMAN anda setelah menggunakan atau memakai jasa layanan Lion Air. Pilih salah satu jawaban dengan member tanda silang (X) untuk sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), Netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS)

Variabel	Indikator	Tingkat Kinerja					Tingkat Kepentingan				
		sts	ts	n	s	ss	st	ts	n	s	ss
Tangibles	Kebersihan pesawat										
	Kerapian penampilan karyawan pesawat Lion Air										
	Tersedianya fasilitas yang baik.										
	Jumlah Pesawat yang memadai										
Reliability	Ketepatan waktu keberangkatan										
	Ketepatan waktu sampai ditujuan										
	Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu										

	Keamanan (Safety)												
Responsive ness	Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan												
	Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan												
	Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan												
	Tindakan yang cepat ketika terjadi delay												
Assurance	Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang												
	Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan												
	Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan												
	Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan												
Emphaty	Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang												
	Pelayanan yang ramah dan sopan												

	Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang										
	Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social										

LAMPIRAN 2
DATA PENELITIAN

Res	Kinerja																								
	Tangibles					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy				
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3,5
2	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5	3	4	3	3	3,25
14	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4
18	2	4	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	1	3	3	2	2	3	4	2,75
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	3	3	3	4	3,25
23	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
27	4	4	4	3	3,75	4	3	4	3	3,5	4	4	3	4	3,75	3	4	4	2	3,25	3	4	3	4	3,5

28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	4	3	3,5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	4	3	3	3,25	3	3	3	4	3,25
33	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75
36	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	3	3	3,5	3	3	4	3	3,25
38	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3,25	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3,5
40	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75
41	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	4	3	4	3,5
43	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4

45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
48	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75
51	4	4	3	2	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5
52	3	3	4	4	3,5	4	3	4	3	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25	4	3	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5
59	4	4	2	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
63	3	3	4	3	3,25	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5
64	4	4	4	3	3,75	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	
65	3	4	4	3	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75	3	4	3	3	3,25	3	3	4	4	3,5	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	4	3	4	3,5	
68	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
69	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
70	4	4	3	3	3,5	3	4	3	4	3,5	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	
71	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
73	4	4	3	3	3,5	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25	
74	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	3	4	3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75
75	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4

79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
86	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	3	3	3	3,25	3	3	3	4	3,25	4	4	3	4	3,75	4	3	4	3	3,5	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75
91	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
93	4	4	3	3	3,5	1	1	1	1	1	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
94	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3
95	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4

96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	3	3	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Mean	3,42	3,55	3,52	3,49	3,5	3,54	3,52	3,53	3,49	3,52	3,47	3,46	3,39	3,4	3,43	3,61	3,51	3,47	3,48	3,52	3,46	3,53	3,59	3,58	3,54	3,54

Res	Kepentingan pelanggan																								
	Tangibles					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy				
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean
1	3	4	3	4	3,5	3	4	4	4	3,75	4	3	3	4	3,5	4	4	3	2	3,25	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	2	2	3	4	2,75	3	4	3	1	2,75	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75
4	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4

7	2	4	4	4	3,5	2	2	4	4	3	2	2	3	4	2,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3,5	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4
10	3	2	2	4	2,75	2	2	3	2	2,25	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	3,75	3	2	3	3	2,75	3	4	4	2	3,25	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
13	3	3	3	4	3,25	3	3	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4
14	4	3	4	4	3,75	3	3	4	3	3,25	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3,5	3	2	2	3	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	1	1	1	3	1,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	2	2	2	4	2,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1,75	4	4	4	4	4
19	3	3	4	3	3,25	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3
20	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	3	4	3,75	4	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2,25	4	4	4	4	4
23	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75

24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75
27	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75
28	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	3	2	3	3	2,75	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	3	3	3,25	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
34	1	2	2	4	2,25	2	1	2	1	1,5	2	2	1	2	1,75	2	3	2	2	2,25	4	4	4	4	4
35	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	3	4	3	3	3,25
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	1	3,25	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3,75
38	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3,75	4	3	4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
40	4	4	3	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

41	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3,25	2	4	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4
42	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,5	1	4	3	3	2,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
47	4	3	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	2	2	3	2,5	4	4	4	4	4
48	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3
49	4	3	4	4	3,75	2	4	4	4	3,5	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
50	4	4	3	4	3,75	4	3	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75
52	4	4	4	3	3,75	3	2	4	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
53	3	3	3	4	3,25	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
55	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2,5	4	3	4	4	3,75
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

58	1	1	1	4	1,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3,25	4	4	4	4	4	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3,25	4	4	3	3	3,5	4	4	3	4	3,75	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	
61	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	
62	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	3	4	3	4	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	
63	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	
64	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	
65	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5
66	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	2	4	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3,5	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	
70	3	3	3	4	3,25	3	3	3	1	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
71	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25
73	4	3	4	3	3,5	3	4	1	1	2,25	4	3	3	3	3,25	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
78	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	3	3	3
79	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3,5	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3,5	4	4	4	4	4
80	4	3	4	4	3,75	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3,25	4	3	2	2	2,75	4	3	4	4	3,75
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	3	3	3
83	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3,5	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3,5	4	4	4	4	4
84	4	3	4	4	3,75	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3,25	4	3	2	2	2,75	4	3	4	4	3,75
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	1	1	3	4	2,25	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3,25	3	3	2	2	2,5	4	4	4	3	3,75
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	2	2	2,75	3	3	4	3	3,25
88	4	3	3	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	4	3	3,25	3	3	2	3	2,75	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
91	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	2	4	3	1	2,5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,5

92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
94	4	3	3	4	3,5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3,75	4	4	2	3	3,25	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	4	2	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	3	1	2,5	4	3	1	3	2,75	2	2	2	2	2
97	4	4	4	3	3,75	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3,5	4	3	2	2	2,75	3	3	3	4	3,25
98	4	3	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	4	2	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75	4	2	4	4	3,5
Mean	3,65	3,56	3,59	3,68	3,62	3,42	3,33	3,6	3,61	3,49	3,4	3,58	3,58	3,28	3,46	3,59	3,46	3,34	3,36	3,44	3,73	3,67	3,69	3,73	3,71

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
	Pearson Correlation	1	,721**	,614**	,614**	,827**
Y1.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,721**	1	,805**	,794**	,926**
Y1.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,614**	,805**	1	,857**	,915**
Y1.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,614**	,794**	,857**	1	,911**
Y1.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,827**	,926**	,915**	,911**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	4

Correlations

Correlations

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total	
	Pearson Correlation	1	,900**	,900**	,813**	,953**
Y2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,900**	1	,891**	,839**	,958**
Y2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,900**	,891**	1	,840**	,958**
Y2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,813**	,839**	,840**	1	,922**
Y2.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000

	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,953**	,958**	,958**	,922**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,962	4

Correlations

	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Total
Y3.1 Pearson Correlation	1	,921**	,667**	,624**	,910**
Y3.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Y3.2 Pearson Correlation	,921**	1	,632**	,607**	,895**
Y3.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Y3.3 Pearson Correlation	,667**	,632**	1	,822**	,878**
Y3.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Y3.4 Pearson Correlation	,624**	,607**	,822**	1	,859**
Y3.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,910**	,895**	,878**	,859**	1
Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	4

Correlations

	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Total
Pearson Correlation	1	,791**	,641**	,650**	,891**
Y4.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,791**	1	,528**	,529**	,822**
Y4.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,641**	,528**	1	,778**	,864**
Y4.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	,650**	,529**	,778**	1	,863**
Y4.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,891**	,822**	,864**	,863**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

,882	4
------	---

CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

	Y5.1	Y5.2	Y5.3	Y5.4	Total
Pearson Correlation	1	,816**	,779**	,675**	,913**
Y5.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,816**	1	,719**	,698**	,902**
Y5.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,779**	,719**	1	,749**	,904**
Y5.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,675**	,698**	,749**	1	,869**
Y5.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	,913**	,902**	,904**	,869**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	4

Correlations

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	4

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,732**	,544**	,554**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,732**	1	,472**	,588**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,544**	,472**	1	,768**	,832**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,554**	,588**	,768**	1	,869**
X2.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,834**	,829**	,832**	,869**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	4

CORRELATIONS

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,584**	,590**	,388**	,791**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,584**	1	,795**	,418**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,590**	,795**	1	,435**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,388**	,418**	,435**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,791**	,844**	,854**	,733**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	4

CORRELATIONS

Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
	1	,386**	,419**	,480**	,704**
X4.1		,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
	,386**	1	,502**	,443**	,724**
X4.2			,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
	,419**	,502**	1	,801**	,872**
X4.3				,000	,000
	100	100	100	100	100
	,480**	,443**	,801**	1	,870**
X4.4					,000
	100	100	100	100	100
	,704**	,724**	,872**	,870**	1
Total					
	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	4

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	,769**	,862**	,870**	,958**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,769**	1	,672**	,712**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,862**	,672**	1	,771**	,903**
X5.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,870**	,712**	,771**	1	,919**
X5.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,958**	,868**	,903**	,919**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	4