

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN MASKAPAI SRIWIJAYA AIR**

**SKRIPSI**



Ditulis Oleh :

Nama : Mahardhika Adi Sajjana

Nim : 16311257

Jurusan : Manajemen

Bidang : Operasional

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

# **EVALUASI KUALITAS LAYANAN MASKAPAI SRIWIJAYA AIR**

## **SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Mahardhika Adi Sajjana  
No. Mahasiswa : 16311257

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 10 November 2020

Penulis



Mahardhika Adi Sajjana

## PENGESAHAN SKRIPSI

### EVALUASI KUALITAS LAYANAN MASKAPAI SRIWIJAYA AIR

Nama : Mahardhika Adi Sajjana

Nomor Mahasiswa : 16311257

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 12/9/2020

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

## PENGESAHAN UJIAN

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL  
EVALUASI KUALITAS LAYANAN MASKAPAI SRIWIJAYA AIR

Disusun Oleh : MAHARDHIKA ADI SAJJANA

Nomor Mahasiswa : 16311257

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari, tanggal: Senin, 05 Oktober 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Penguji : Mochamad Nasito, Drs., M.M.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## **MOTTO**

**“Berbuat baiklah karena Allah”**

**“Jadilah orang yang berguna bagi orang lain”**



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan agar diketahui kualitas layanan yang diberikan oleh Maskapai Sriwijaya Air kepada penumpang atau pelanggan Maskapai Sriwijaya Air. Metode pada penelitian ini adalah menggunakan metode Servqual, yang mana menggunakan lima dimensi yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty*. Kualitas layanan ini diukur dari adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja. Kuisioner yang telah disusun terdapat 47 butir pertanyaan yang menggambarkan kualitas layanan penumpang atau pelanggan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan dari butir kesenjangan terdapat yang bernilai positif dan negative. Nilai kesenjangan yang diperoleh kisaran positif adalah 0,17 dan pada kisaran negative adalah -0,22. Secara dimensi dan nilai kesenjangan yang dihasilkan terdapat 27 butir bernilai negative, sehingga kualitas layanan yang diberikan oleh Maskapai Sriwijaya Air tidak berkualitas dikarenakan harapan lebih besar dibandingkan dengan kinerja. Uji perbedaan yang telah dilakukan menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang tidak signifikan antara harapan dan kinerja terhadap kualitas layanan.

Kata Kunci: Transportasi, Servqual, Kualitas Layanan

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Evaluasi Kualitas Layanan Maskapai Sriwijaya Air” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis sadar dalam pengerjain skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, membimbing, memberikan dukungan, arahan dan informasi yang berguna. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan dengan diberi kelancaran dan kemudahan.
2. Muhammad ﷺ, yang telah menjadi suri tauladan untuk umatnya.
3. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis, meluangkan waktunya, memberikan ilmu perkuliahan dan kehidupan, memberikan arahan serta masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

6. Kedua orang tua, Ayah (Alm) Drs. Ketut Agus Nursanto dan Mama Asri Van Gobel, S.Pd. yang telah memberikan dukungan, do'a, semangat dan motivasi untuk penulis. Memberikan semua apa yang aku dibutuhkan oleh penulis baik materi maupun moril. Semoga Allah memberikan balasan untuk ketulusan Ayah dan Mama.
7. Kepada adik-adikku Muhammad Dhiki Aulia Rahman dan Nabilah Nurlayla Fauziah yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besarku, yang selalu memberikan dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabatku dari kecil yang telah memberikan motivasi dan semangat Ade Bayu Wijaya, S.E.
10. Dewi Fortuna yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis agar selalu semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
11. Para sahabat yang telah menemaniku dari awal perkuliahan terus memberikan dukungan, motivasi, semangat dan bantuan hingga sekarang Fadhil, Robi, Heru, Agung, Rizha, Kukuh, Fachri, Khomsa, dan Brili.
12. Teman-teman seperbimbingan yang membantu penulis selama pengerjaan skripsi

Yogyakarta, Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.3 Hipotesis.....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Objek Penelitian.....	16
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	16
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Populasi dan Sampel.....	21
3.6 Uji Instrumen.....	22
3.7 Analisis Data.....	23
<b>BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Responden.....	25
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
4.3 Uji Perbedaan.....	32
4.4 Uji Analisis.....	33
4.5 Pembahasan.....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2 Usia.....	26
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	26
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	27
Tabel 4.5 Penghasilan Perbulan.....	28
Tabel 4.6 Hasil dari Uji Validitas.....	29
Tabel 4.7 Hasil dari Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Beda ( <i>Paired Sample Test</i> ).....	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Bed Secara Keseluruhan.....	33
Tabel 4.10 Hasil dari Kualitas Layanan.....	34
Tabel 4.11 Hasil Nilai Rata-rat dan <i>Gaps</i> Berdasarkan Dimensi.....	39
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan <i>Gaps</i> Secara Keseluruhan.....	40
Tabel 4.13 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.....	55
Lampiran II.....	60
Lampiran III.....	76



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki jumlah pulau kurang lebih sebanyak 17.504 pulau yang terbentang dari Sabang sampai Merauke. Pulau satu dengan pulau yang lainnya dipisahkan oleh lautan yang luas, oleh karena itu Indonesia memiliki masyarakat dengan keragaman suku dan budaya, kekayaan sumber daya alam yang beragam disetiap pulaunya. Dibutuhkan moda transportasi laut dan udara untuk menghubungkan pulau satu dengan pulau lainnya agar masyarakat suatu pulau dapat berinteraksi dengan masyarakat yang berada di pulau lainnya. Selain itu, peranan penting moda transportasi laut dan udara juga dapat membantu melancarkan roda perekonomian disuatu daerah.

Pada zaman modern sekarang ini moda transportasi sangat cepat berkembang, terutama moda transportasi udara yaitu pesawat terbang yang semakin canggih. Dengan pesawat seseorang dapat berpindah tempat dari tempat satu ke tempat lainnya dengan waktu yang singkat, tidak seperti zaman dahulu yang di mana ketika seseorang ingin bepergian antar pulau harus menggunakan kapal laut yang memakan waktu berhari-hari bahkan berminggu-minggu.

Perkembangan moda transportasi udara yang semakin canggih dan juga mobilitas masyarakat yang cepat, menjadikan moda transportasi udara sebagai

pilihan utama bagi masyarakat yang ingin berpindah dari tempat satu ke tempat lainnya yang memiliki jarak yang jauh dengan waktu tempuh yang singkat. Saat ini, sudah banyak perusahaan yang menyediakan moda transportasi udara, baik dari perusahaan milik negara maupun swasta. Sekarang ini, perusahaan milik negara maupun milik swasta berlomba-lomba untuk memenuhi keinginan konsumen dengan memberikan kualitas layanan terbaik mereka. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan penyedia jasa moda transportasi dapat melakukan peningkatan kualitas di bidang operasional khususnya dalam melayani konsumen baik di bandara maupun di dalam pesawat.

Menurut Nasution (2001), kualitas diartikan sebagai salah satu indikator bagi perusahaan agar dapat tetap eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri pada era globalisasi saat ini. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang ditetapkan.

Menurut Goetsch Davis dalam Yamit (2001), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Goetsch Davis juga menegaskan bahwa kualitas tidak hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat ditimbulkan ketika adanya strategi pelayanan yang berhubungan dengan kebijakan-kebijakan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan harus dapat mengembangkan strategi pelayanan untuk dipelihara dan ditingkatkan terutama untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Strategi pelayanan tersebut harus bisa menimbulkan *perceive value* yang diterima oleh pelanggannya, seperti harapan pelanggan yang harus memenuhi ekspektasi dari suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa, dengan demikian hal tersebut dapat menjadikan pelanggan agar tetap setia pada perusahaan daripada harus berpindah ke perusahaan lain (Parasuraman, 1996).

Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas layanan atau jasa harus diawali dari kebutuhan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan serta respon yang positif terhadap kualitas layanan atau jasa. Sedangkan menurut Kotler (1997), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil membandingkan antara kinerja suatu produk yang didapat dengan apa yang diharapkan.

Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Yamit (2001) yaitu, *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), *empathy*.

Peningkatan kualitas merupakan hal yang dibutuhkan dalam persaingan antar perusahaan. Salah satunya perusahaan di bidang jasa penerbangan. Salah

satu perusahaan penerbangan adalah maskapai Sriwijaya Air, perusahaan penerbangan ini menginginkan suatu pelayanan yang baik dan berkualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa penerbangan dengan harga yang kompetitif. Namun, harapan tersebut belum dapat dipenuhi secara maksimal oleh perusahaan karena terkadang terjadi keterlambatan, beberapa pelanggan juga ada yang menginginkan fasilitas lebih baik. Sehingga terjadi kesenjangan antara harapan pihak maskapai dengan pelanggan yang menginginkan fasilitas lebih, seperti perusahaan pesaing. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“EVALUASI KUALITAS LAYANAN MASKAPAI SRIWIJAYA AIR”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor *Airline Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah factor *Terminal Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah faktor *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Apakah faktor *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
5. Apakah faktor *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
6. Apakah faktor *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah faktor *Airline Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui apakah faktor *Terminal Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah faktor *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah faktor *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui apakah faktor *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui apakah faktor *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi organisasi. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi bagi perusahaan Maskapai Sriwijaya Air dalam kebijakan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing.
2. Bagi penulis. Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu terkait Kualitas yang telah dipelajari ke dalam sebuah karya tulis.
3. Bagi masyarakat. Karya tulis ini dapat dijadikan alternatif referensi dalam penulisan karya tulis.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan juga telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan studi pada maskapai Sriwijaya Air. Penelitian terdahulu yang membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di antaranya yaitu :

##### 2.1.1 Muhammad Shoaib Farooq et al (2018)

Penelitian Muhammad Shoaib Farooq et al (2018) yang berjudul “*Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia Airlines : A PLS-SEM approach*”. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh Malaysia Airlines dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan lima dimensi skala *AIRQUAL* yaitu *Airline Tangibles*, *Terminal Tangibles*, *Personnel Services*, *Empathy* dan *Image*. Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* untuk mengumpulkan data dari 460 responden dengan menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa kelima dimensi tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

### **2.1.2 Hongwei Jiang dan Yahua Zhang (2016)**

Penelitian Hongwei Jiang dan Yahua Zhang (2016) yang berjudul “*An Investigation of service quality, customer and loyalty in China’s airline market*”. Penelitian ini menyelidiki kualitas layanan dari empat maskapai besar di pasar domestik China dan mengeksplorasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, dengan menggunakan tiga dimensi yaitu *Terminal Tangibles*, *Airlines Tangibles*, dan *Empathy*.

### **2.1.3 Lu Chen et al (2018)**

Penelitian Lu Chen et al (2018) yang berjudul “*How airline service quality determines the quantity of repurchase intention – Mediate and moderate effects of brand quality and perceived value*”. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 451 responden. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel di antaranya *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.1.4 Norazah Mohd Suki (2014)**

Penelitian Norazah Mohd Suki (2014) yang berjudul “*Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: A structural equation modeling approach*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh aspek kualitas layanan maskapai, seperti *Airline Tangibles*, *Terminal Tangibles*,

dan *Empathy* pada tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengumpulkan data dari 300 responden dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *Airline Tangibles*, *Terminal Tangibles*, dan *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.1.5 Tongchai Jeeradist et al (2016)**

Penelitian Tongchai Jeeradist et al (2016) yang berjudul “*Using TRIZ to enhance passengers’ perceptions of an airline’s image through service quality and safety*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan dalam bisnis maskapai penerbangan, dan persepsi penumpang terhadap citra maskapai dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan *Reliability*, *Assurance*, *Tangibility*, *Empathy* dan *Responsiveness*. Dalam penelitian ini menggunakan model Kano untuk mengukur kepuasan pelanggan.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Manajemen Operasi**

Aktifitas manajemen menurut Robbins dan Coulter (2012) yaitu koordinasi dan mengawasi pekerjaan seseorang agar aktifitas berjalan dengan efektif dan efisien. Untuk mencapai tujuan perusahaan terdapat 4 fungsi manajemen yang dapat dilakukan di antaranya yaitu :

#### **a. *Planning***

Perencanaan (*planning*) yaitu proses mengartikan tujuan dari organisasi/perusahaan, kemudian menetapkan strategi untuk mencapai tujuan

yang telah direncanakan, dan mengembangkan rencana aktifitas dari kerja organisasi/perusahaan nantinya. Perencanaan bertujuan untuk menentukan tujuan dari organisasi/perusahaan, meminimalisir ketidakpastian, meminimalkan pemborosan dan menetapkan standar pengendalian.

b. *Organizing*

Pengoordinasian (*organizing*) merupakan proses penetapan tugas-tugas yang harus dilaksanakan oleh para anggota organisasi/perusahaan, bentuk pekerjaan dan tipe organisasi. Hal tersebut bertujuan supaya pekerjaan lebih teratur dan sistematis seperti menentukan sesuatu hal yang dibutuhkan guna tercapainya tujuan.

c. *Leading*

Memimpin (*leading*) merupakan cara bagaimana membuat para karyawan melakukan apa yang mereka harus lakukan. Dengan cara memotivasi bawahan, membantu karyawan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi, dan membuat media atau jalur komunikasi antara bawahan dengan atasan.

d. *Controlling*

Pengendalian (*controlling*) berfungsi untuk mengawasi segala aktifitas yang terjadi dalam suatu organisasi/perusahaan agar seluruh aktifitas tersebut berjalan dengan apa yang telah direncanakan guna mencapai tujuan dari organisasi/perusahaan.

Definisi manajemen operasi menurut Daft (2011) yaitu suatu bidang manajemen yang khusus bergerak dalam produksi barang atau jasa, dengan

menggunakan alat dan teknik khusus untuk memecahkan masalah masalah yang terkait dengan produksi.

Dibutuhkan 3 fungsi dasar dalam suatu organisasi bisnis dapat berjalan yaitu *marketing* atau pemasaran, *finance* atau keuangan, dan juga operasi, sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya fungsi dari operasional yaitu memproduksi sebuah produk berupa barang ataupun jasa, tetapi ketiga fungsi dasar tersebut tidak bisa berjalan sendiri-sendiri melainkan saling membutuhkan antar bantuan fungsi organisasi satu sama lain. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Heizer dan Render (2011) tentang fungsi dan tujuan dari penerapan manajemen operasi di antaranya sebagai berikut.

- a. *Marketing* atau bagian pemasaran memiliki fungsi dan tujuan di antaranya yaitu menghasilkan permintaan atau paling tidak yaitu menerima pesanan untuk barang dan jasa.
- b. *Finance* atau bagian keuangan yang berfungsi mengelola keuangan perusahaan seperti membayar tagihan, mengumpulkan uang dan pencatatan keuangan perusahaan.
- c. Operasional atau bagian produksi berfungsi menghasilkan produk barang atau jasa.

Dalam mencapai dan mempertahankan *competitive advantage* atau keunggulan kompetitif tidaklah mudah. Terdapat tiga strategi yang memberikan peluang atau kesempatan untuk para manajer operasi guna mencapai keunggulan kompetitif menurut Heizer dan Render (2011) di antaranya yaitu :

1. Diferensiasi atau pembeda yaitu menciptakan produk barang atau jasa yang memiliki keunikan yang sulit ditiru oleh perusahaan lain sehingga pelanggan lebih tertarik dikarenakan mempunyai nilai tambah dalam produk tersebut.
2. *Low cost leadership* diperlukan untuk menarik pelanggan. Perusahaan menciptakan produk barang atau jasa dengan biaya rendah untuk menghasilkan produk barang atau jasa dengan harga yang lebih rendah dari pesaing.
3. Respon yang cepat merupakan seluruh nilai terkait dengan pengiriman tepat waktu dan pengembangan produk.

### **2.2.2 Pelayanan Jasa**

Jasa menurut Kotler (2005) merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lainnya. Jasa pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam produksinya bisa berkaitan atau tidak berkaitan dengan satu produk fisik. Terdapat lima kategori bauran jasa di antaranya yaitu : (1) barang yang murni memiliki wujud; (2) barang yang memiliki wujud dan disertai jasa/layanan; (3) campuran; (4) jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (5) jasa yang murni.

Jasa merupakan suatu perbuatan atau tindakan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud atau *intangibile* dan tidak menghasilkan kepemilikan (Tjiptono, 2005). Terdapat lima karakteristik jasa menurut Yamit (2001) di antaranya yaitu :

1. *Intangibility* atau tidak berwujud/tidak dapat diraba. Jasa merupakan suatu hal yang tidak dapat diraba atau disentuh. Pada kenyataannya konsumen membeli

dan juga memerlukan sesuatu yang tidak dapat diraba yaitu jasa. Salah satu contohnya banyak terjadi pada biro perjalanan atau travel.

2. *Inability to inventory* atau tidak dapat disimpan yang artinya dalam jasa tidak mengenal persediaan dari produk yang telah diproduksi.
3. Pada jasa produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan.
4. Memasukinya lebih mudah, karena untuk mendirikan usaha pada bidang jasa investasi yang dibutuhkan lebih sedikit dibandingkan pada bidang yang menciptakan barang.
5. Faktor dari luar sangat memengaruhi, seperti halnya teknologi, regulasi pemerintah dan kenaikan harga energi.

### **2.2.3 Kualitas Pelayanan**

Menilai kualitas layanan bukanlah hal yang sangat mudah khususnya dalam pemberian layanan pada transportasi udara yang bersifat jasa. Dalam mengukur kualitas layanan beberapa ahli memiliki definisinya masing-masing terkait dengan kualitas, Edward Deming mengartikan kualitas adalah suatu hal yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, sedangkan Philip B. Crosby dalam Yamit (2001) mengartikan kualitas sebagai kesempurnaan, kesesuaian, dan nihil dari cacat terhadap persyaratan. Evans dan Dean dalam Purnama (2006) mengartikan kualitas sebagai keseluruhan dari karakteristik dan ciri-ciri suatu produk barang atau layanan jasa yang terkait kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang bersifat laten atau telah ditentukan.

Goetsh Davis, 1994 dalam Yamit (2001) memiliki definisi kualitas yang lebih luas yaitu suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa,

manusia, proses, dan juga lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi tersebut menegaskan bahwa penekanan kualitas tidak hanya pada aspek akhir tetapi juga pada kualitas proses, kualitas dan juga kualitas lingkungannya.

Terdapat lima pendekatan perspektif kualitas yang berkembang menurut David Garvin dalam Tjiptono (2004) di antaranya yaitu :

a. *Transcendental Approach*

Pada pendekatan ini kualitas merupakan suatu hal yang dapat dirasakan, namun hal tersebut sulit untuk didefinisikan dan dioperasionalkan.

b. *Product Based Approach*

Pada pendekatan ini kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dihitung atau dapat diukur.

c. *User Based Approach*

Kualitas pada pendekatan ini berdasarkan pada anggapan atau persepsi tinggi rendahnya pengguna yang menggunakan.

d. *Manufacturing Approach*

Pada pendekatan ini kualitas merupakan kesesuaian dengan persyaratan (*conformance to requirement*).

e. *Value Based Approach*

Pada pendekatan ini kualitas dipandang dari segi nilai dan harga.

Terdapat tiga tingkatan harapan konsumen terhadap kualitas menurut Zeithaml, *et al.* (1993) di antaranya yaitu :

a. *Desired Service Expectation*

Pada tingkatan ini layanan yang diharapkan akan diterima konsumen karena merupakan tingkatan maksimal dari layanan.

b. *Predicted Service Expectation*

Tingkatan ini di bawah *desired service expectation* yang di mana diperkirakan akan diterima konsumen.

c. *Adequate Service Expectation*

Tingkatan layanan ini bersifat kompromis, akan diterima setelah melihat proses layanan maupun kondisi yang terjadi.

#### 2.2.4 AIRQUAL

Metode AIRQUAL dikembangkan pertama kali dikembangkan oleh Bari, *et al.* (2001) yang bertujuan untuk memecahkan masalah dalam penerapan psikometrikal dalam skala yang ada. Terdapat lima dimensi di antaranya :

1. *Airline Tangibles*

Dimensi *airline tangibles* berisi pertanyaan terkait dengan pesawat, seperti interior pesawat yang digunakan, kualitas makanan di pesawat, kebersihan toilet pesawat, dan kenyamanan kursi pesawat.

2. *Terminal Tangibles*

Dalam dimensi ini berisikan pertanyaan terkait dengan bandara, seperti kebersihan toilet di bandara, ketersediaan toko di bandara, ketersediaan parkir di bandara, ukuran bandara, dan kenyamanan ruang tunggu bandara.

3. *Personnel*

Pada dimensi ini berisikan pertanyaan yang terkait dengan evaluasi staf/karyawan, seperti pengalaman, pengetahuan, dan sikap staf/karyawan.

#### 4. *Empathy*

Pada dimensi ini berisikan pertanyaan terkait dengan skema kompensasi yang diberikan jika terjadi kehilangan atau bahaya, jumlah penerbangan guna memenuhi tuntutan penumpang, dan ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan.

#### 5. *Image*

Dalam dimensi ini berisikan pertanyaan tentang citra perusahaan penerbangan, harga tiket yang konsisten dengan layanan yang diberikan, dan ketersediaan dalam menawarkan tiket dengan harga rendah.

### **2.3 Hipotesis**

$H_1$  = Ada perbedaan yang tidak signifikan antara kinerja dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Di mana dalam pengambilan data penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer dengan cara mengambil sampel pada populasi tertentu. Dengan menggunakan jenis penelitian survey ini nantinya akan mendapatkan hasil dari harapan dan kinerja dari pelanggan maskapai Sriwijaya Air.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan maskapai Sriwijaya Air dengan rute dalam negeri/domestik.

#### **3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional menurut Veronica dan Supriyono (2016) yaitu penjelasan tentang indikator-indikator dari suatu gejala untuk memudahkan dalam menganalisis data. Penjelasan operasional diperlukan agar terhindar dari kesalahan dalam mengartikan variabel-variabel yang akan dianalisis.

a. *Terminal Tangibles* (Norazah Mohd Suki 2014) dan (Hongwei Jiang *et al* 2016)

- Kebersihan toilet di bandara
- Jumlah toko di bandara
- Ketersediaan parkir di bandara
- Ukuran bandara dalam menampung penumpang
- AC yang efektif di bandara

- Kenyamanan/efisiensi *check-in*
  - Penanganan bagasi
  - Pemilihan tempat duduk
  - Fasilitas *self check-in*
  - Informasi *check-in*
  - Pemberitahuan *boarding*
  - Fasilitas di ruang tunggu
  - Proses *boarding*
  - Keramahan petugas saat *check-in* dan *boarding*
  - Layanan darat pada saat kedatangan
  - Kenyamanan klaim bagasi
- b. *Airline Tangibles* (Norazah Mohd Suki 2014), (Hongwei Jiang *et al* 2016), dan (Thongcai Jeeradist *et al* 2016)
- Layanan khusus untuk anak-anak dan difabel
  - Kenyamanan kursi pesawat
  - Keramahan pramugari/pramugara
  - Demonstrasi keselamatan kabin
  - Surat kabar dan majalah *on board*
  - Fasilitas hiburan di dalam pesawat
  - Fasilitas belanja di dalam pesawat
  - Kualitas makanan dan minuman di dalam pesawat
  - Pesawat tampak modern dan bersih
  - Penampilan pramugari/pramugara

- Kebersihan toilet pesawat
  - Kebersihan tempat duduk pesawat
- c. *Reliability* (Thongcai Jeeradist *et al* 2016)
- Ketepatan waktu penerbangan
  - Staf maskapai melakukan layanan yang akurat
  - Memberikan fasilitas layanan perjalanan yang baik
- d. *Responsiveness* (Norazah Mohd Suki 2014) dan (Hongwei Jiang *et al* 2016)
- Responsif dari maskapai jika ada keterlambatan
  - Maskapai menanggapi keluhan dari penumpang
  - Staf maskapai bersedia membantu penumpang dalam situasi yang tidak terduga
  - Kesopanan dan keramahan staf maskapai
- e. *Assurance* (Thongcai Jeeradist *et al* 2016)
- Operasi keselamatan penerbangan
  - Staf maskapai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan
  - Staf maskapai sigap membantu penumpang
  - Staf maskapai menangani penundaan penerbangan dengan segera
- f. *Empathy* (Norazah Mohd Suki 2014) dan (Thongcai Jeeradist *et al* 2016)
- Terdapat transportasi umum untuk menuju ke bandara
  - Kompensasi kehilangan barang atau terjadi bahaya
  - Kompensasi kerusakan pada bagasi
  - Staf maskapai memberikan perhatian individu pada penumpang
  - Alternatif jadwal penerbangan
  - Maskapai memiliki peralatan dan fasilitas yang modern

- Staf maskapai memahami kebutuhan spesifik penumpang
- Staf maskapai memberikan penanganan yang cepat

### **3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data yaitu data primer dan data sekunder, kedua jenis data tersebut saling melengkapi guna mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan valid.

##### **a. Data Primer**

Menurut Sekaran (2017) data primer adalah data yang informasi acuannya diperoleh langsung dari pihak pertama yang terkait dengan variabel dengan tujuan untuk studi ataupun penelitian. Data primer bersumber dari kuesioner, wawancara dan observasi. Pada penelitian ini metode pengumpulan data primer yang digunakan oleh penulis yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh pelanggan atau pengguna maskapai Sriwijaya Air.

##### **b. Data Sekunder**

Menurut Sekaran (2017) data sekunder adalah data yang informasinya berasal dari analisis perusahaan yang ada di media, internet, web, dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini metode pengumpulan data sekunder yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan studi pustaka jurnal baik internasional maupun nasional yang memiliki keterkaitan dengan pembahasan kualitas layanan jasa.

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Definisi kuesioner menurut Sekaran (2017) adalah daftar pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya yang nantinya akan dijawab oleh responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien ketika studi ataupun penelitian yang bersifat deskriptif. Untuk mengumpulkan data kuantitatif, secara umum kuesioner diberikan kepada responden.

Kuesioner berupa pernyataan terkait dengan kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai Sriwijaya Air yang meliputi beberapa dimensi di antaranya yaitu *Terminal Tangibles*, *Airline Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Dalam kuesioner penelitian ini, terdapat lima pilihan jawaban atau tanggapan yang dipilih salah satu oleh responden untuk mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu jawaban dari kuesioner yang berbentuk skala 1-5 di bagian kolom jawaban, skala 1-5 tersebut dirancang untuk mengetahui seberapa kuat subjek yang setuju atau tidak setuju terhadap sebuah pernyataan (Sekaran, 2017).

Pada penelitian ini terdapat dua kuesioner untuk membandingkan antara harapan pelanggan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja kualitas layanan yang diberikan oleh pihak maskapai Sriwijaya Air. Berikut merupakan metode menjawab dengan menggunakan skala *likert* :

1. Sangat Tidak Setuju = 1

- |                  |   |   |
|------------------|---|---|
| 2. Tidak Setuju  | = | 2 |
| 3. Netral        | = | 3 |
| 4. Setuju        | = | 4 |
| 5. Sangat Setuju | = | 5 |

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Definisi populasi menurut Sugiyono (2017) yaitu wilayah generalisasi secara keseluruhan yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah peneliti tetapkan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

#### **3.5.2 Sampel**

Definisi sampel menurut Sugiyono (2017) yaitu sebagian dari populasi yang sekiranya dianggap mampu mewakili populasi karena memiliki ciri dan karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini sampel yang dipilih oleh penulis adalah penumpang atau pelanggan yang pernah minimal satu kali menggunakan layanan maskapai Sriwijaya Air.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis yaitu *probability sampling*. Definisi dari *probability sampling* menurut Sugiyono (2017) adalah metode pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi anggota (unsur) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Roscoe (1975) dalam pengambilan sampel, ukuran sampel minimal 30 responden dan 500 maksimal merupakan hal yang tepat untuk kebanyakan

penelitian. Berdasarkan hal tersebut besar sampel pada penelitian ini menggunakan 100 responden.

### **3.6 Uji Instrumen**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas menurut Ghozali (2006) digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan memiliki nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dapat dinyatakan valid.

#### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Keandalan (reliability) menurut Sekaran (2006) adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa adanya bias atau bebas dari kesalahan dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas ragam item dalam instrumen. Dengan begitu keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi konsistensi dan stabilitas instrumen dalam mengukur konsep dan membantu menilai ketetapan sebuah pengukuran. Tujuan dari uji reliabilitas menurut Sarjono dan Julianita (2011) adalah untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner.

Dalam pengukuran reliabilitas menurut Ghozali (2006) terdapat dua cara yang bisa dilakukan. Cara pertama yaitu *repeated measure* atau pengukuran ulang. Pada pengukuran yang pertama ini, responden akan diberikan pertanyaan yang sama dengan waktu yang berbeda, kemudian dapat dilihat apakah jawaban responden dapat konsisten atau tidak. Cara kedua yaitu *one shot* atau pengukuran sekali. Pada cara yang kedua ini, pengukuran hanya dilakukan sekali kemudian

dibandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau dengan mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan kuesioner. Uji statistik *Cronbach alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

### **3.6.3 Uji Perbedaan (*Paired Sample T Test*)**

Uji *paired* sampel menurut Singgih (2014) adalah uji yang dilakukan terhadap dua sampel yang berpasangan. Sampel yang berpasangan disini dapat diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek sama tetapi ada perlakuan dan pengukuran yang berbeda.

## **3.7 Analisis Data**

### **3.7.1 Analisis Data Deskriptif**

Analisis data deskriptif menurut Ghozali (2006) yaitu memberikan deskripsi gambaran dari suatu data yang dilihat dari *mean* (rata-rata), varian, standar deviasi, jumlah (*sum*), *range*, maksimum minimum, kecondongan distribusi dan kurtosis.

### **3.7.2 Analisis Data Kuantitatif**

#### **3.7.2.1 Metode SERVQUAL**

Metode *servqual* atau *service quality* mempunyai arti kualitas layanan. Metode ini didasarkan pada *gap model* yang dikembangkan oleh Parasuraman (1994). Metode *servqual* berfungsi untuk mengukur kualitas layanan dengan melihat selisih atau *gaps* pada harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan.

Pengukuran skor *gaps* kualitas layanan menurut Zeithaml (1990) dalam berbagai level secara rinci dapat dihitung berdasarkan :

- *Item by item analysis* :

$P_1 - H_1, P_2 - H_2, P_3 - H_3$ , dan seterusnya.

$P$  = Kinerja / Persepsi dan  $H$  = Harapan pelanggan

- Analisis setiap dimensi :

$(P_1+P_2+P_3+P_4) - (H_1+H_2+H_3+H_4)$

$P_1$  sampai dengan  $P_4$  dan  $H_1$  sampai dengan  $H_4$  adalah 4 pertanyaan persepsi/kinerja dan harapan yang berkaitan dengan dimensi tertentu.

- Perhitungan ukuran tunggal kualitas layanan / *servqual gaps* :

$(P_1+P_2+P_3....P_n/n) - (H_1+H_2+H_3....H_n/n)$

### 3.7.3 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menurut Suprpto (2003) dalam Putra (2011) yaitu dengan perbandingan antara nilai rata-rata kinerja dan nilai rata-rata harapan yang mengacu pada rumus sebagai berikut :

$$TKP = \frac{P}{E} \times 100\%$$

Keterangan :

TKP = Tingkat kepuasan pelanggan

$P$  = Nilai dari kinerja/persepsi

$E$  = Nilai dari harapan pelanggan

- Apabila  $TKP > 100\%$ , maka dapat dikatakan pelanggan merasa sangat puas
- Apabila  $TKP = 100\%$ , maka dapat dikatakan pelanggan merasa puas
- Apabila  $TKP < 100\%$ , maka dapat dikatakan pelanggan merasa tidak puas

## BAB IV

### ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Responden

##### 4.1.1 Karakteristik Responden

###### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 56 orang atau 56%, sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 44 orang atau 44%.

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	56 Orang	56%
Wanita	44 Orang	44%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

###### 2. Usia

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui usia responden yang mengisi kuesioner mayoritas memiliki rentang usia antara 21-30 tahun yang berjumlah 71 orang atau sebesar 71%, responden yang berusia  $\leq 20$  tahun berjumlah 27 orang atau sebesar 27% dan terdapat juga responden yang diketahui memiliki usia rentang usia 41-50 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 2%.

**Tabel 4.2 Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
≤ 20 tahun	27 Orang	27%
21 – 30 tahun	71 Orang	71%
31 – 40 tahun	0 Orang	0%
41 – 50 tahun	2 Orang	2%
≥ 51 tahun	0 Orang	0%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

### **3. Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui pendidikan terakhir responden yang mengisi kuesioner mayoritas adalah SMA yang berjumlah 57 orang atau sebesar 57%, responden yang berpendidikan terakhirnya S1 berjumlah 41 orang atau sebesar 41% dan adapun responden berpendidikan terakhirnya Pascasarjana berjumlah 2 orang atau sebesar 2%.

**Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SMP	0 Orang	0%
SMA	57 Orang	57%
S1	41 Orang	41%
Pascasarjana	2 Orang	2%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

#### 4. Pekerjaan

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan responden adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 76 orang atau sebesar 76%, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, dan responden yang masuk dalam kategori pekerjaan Lainnya sebanyak 8 orang atau sebesar 8%.

**Tabel 4.4 Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	76 Orang	76%
PNS	0 Orang	0%
Wiraswasta	16 Orang	16%
Lainnya	8 Orang	8%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

#### 5. Penghasilan Per Bulan

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner memiliki penghasilan per bulan  $\geq 1,5$  juta – 2,5 juta sebanyak 82 orang atau sebesar 82%, responden yang memiliki penghasilan per bulan dengan rentang  $\geq 2,6$  juta – 3,5 juta dan rentang gaji  $\geq 4,6$  juta sebanyak 8 orang atau sebesar 8% dan responden yang memiliki penghasilan per bulan dengan rentang  $\geq 3,6$  juta – 4,5 juta sebanyak 2 orang atau sebesar 2%.

**Tabel 4.5 Penghasilan Per Bulan**

Kategori	Jumlah	Persentase
≥1,5 juta – 2,5 juta	82 Orang	82%
≥2,6 juta – 3,5 juta	8 Orang	8%
≥3,6 juta – 4,5 juta	2 Orang	2%
≥4,6 juta	8 Orang	8%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah 2020

## 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozali (2006) digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  yang dihitung dengan menggunakan rumus korelasi dalam aplikasi SPSS dan memiliki nilai positif, maka butir pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid.

Di bawah ini merupakan tabel yang menunjukkan besarnya  $r_{hitung}$  dari seluruh butir pertanyaan yang memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,361. Dapat disimpulkan butir item pertanyaan dinyatakan valid sehingga butir item pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 4.6 Hasil dari Uji Validitas**

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
<i>Terminal Tangibles</i>	Item 1	0,687	0,361	Valid
	Item 2	0,382	0,361	Valid
	Item 3	0,517	0,361	Valid
	Item 4	0,554	0,361	Valid
	Item 5	0,585	0,361	Valid
	Item 6	0,703	0,361	Valid
	Item 7	0,829	0,361	Valid
	Item 8	0,715	0,361	Valid
	Item 9	0,682	0,361	Valid
	Item 10	0,737	0,361	Valid
	Item 11	0,784	0,361	Valid
	Item 12	0,505	0,361	Valid
	Item 13	0,504	0,361	Valid
	Item 14	0,766	0,361	Valid
	Item 15	0,714	0,361	Valid
	Item 16	0,854	0,361	Valid
<i>Airline Tangibles</i>	Item 1	0,727	0,361	Valid
	Item 2	0,766	0,361	Valid
	Item 3	0,825	0,361	Valid
	Item 4	0,588	0,361	Valid

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
	Item 5	0,738	0,361	Valid
	Item 6	0,8	0,361	Valid
	Item 7	0,773	0,361	Valid
	Item 8	0,825	0,361	Valid
	Item 9	0,882	0,361	Valid
	Item 10	0,718	0,361	Valid
	Item 11	0,844	0,361	Valid
	Item 12	0,833	0,361	Valid
Reliability	Item 1	0,769	0,361	Valid
	Item 2	0,872	0,361	Valid
	Item 3	0,805	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	Item 1	0,845	0,361	Valid
	Item 2	0,837	0,361	Valid
	Item 3	0,721	0,361	Valid
	Item 4	0,729	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	Item 1	0,85	0,361	Valid
	Item 2	0,84	0,361	Valid
	Item 3	0,832	0,361	Valid
	Item 4	0,762	0,361	Valid
<i>Empathy</i>	Item 1	0,649	0,361	Valid
	Item 2	0,794	0,361	Valid

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
	Item 3	0,77	0,361	Valid
	Item 4	0,772	0,361	Valid
	Item 5	0,862	0,361	Valid
	Item 6	0,861	0,361	Valid
	Item 7	0,876	0,361	Valid
	Item 8	0,887	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2020

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk menguji konsistensi kuesioner penelitian. Uji statistik *Cronbach Alpha* merupakan alat untuk mengukur reliabilitas. Jika nilai dari *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka suatu variabel tersebut dapat dikatakan reliabel. Jika sebaliknya nilai dari *Cronbach Alpha* kurang dari 0,6 maka suatu variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. (Ghozali, 2006)

**Tabel 4.7 Hasil dari Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Terminal Tangibles</i>	0,932	0,6	Reliabel
<i>Airline Tangibles</i>	0,947	0,6	Reliabel
Reliability	0,92	0,6	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,884	0,6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,875	0,6	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,941	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan dari tabel 4.7 hasil dari uji reliabilitas di atas, keenam variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Jadi, menurut Ghozali (2006) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya maka keenam variabel penelitian tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

### 4.3 Uji Perbedaan

*Paired Sample Test* digunakan pada uji beda untuk mengetahui apakah suatu variabel signifikan atau tidak. Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat dikatakan tidak signifikan, sedangkan apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka dikatakan signifikan.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Beda (*Paired Sample Test*)**

Dimensi	Mean		Nilai Signifikan	Nilai Kritis	Keterangan
	Harapan	Kinerja			
Terminal <i>Tangibles</i>	4,1106	4,0943	0,0163	0,05	Signifikan
Airline <i>Tangibles</i>	3,9841	3,9741	0,01	0,05	Signifikan
Reliability	3,93	3,9633	0,0333	0,05	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	4,05	3,97	0,08	0,05	Tidak Signifikan
<i>Assurance</i>	4,0825	4,0125	0,07	0,05	Tidak Signifikan
<i>Empathy</i>	3,87	3,8775	0,0075	0,05	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji beda (*paired sample test*) di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar dimensi memiliki nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat dikatakan signifikan. Pada dimensi *responsiveness* (0,08) dan

*assurance* (0,07) memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  maka 2 dimensi tersebut dapat dikatakan tidak signifikan.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Beda Secara Keseluruhan**

	Mean Harapan	Mean Kinerja	Nilai Signifikan	Nilai Kritis	Keterangan
Keseluruhan	4,004533	3,98195	0,022583	0,05	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji beda secara keseluruhan di atas, menunjukkan bahwa dari hasil rata-rata keseluruhan antara harapan dan kinerja diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,022583 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat perbedaan yang signifikan.

#### 4.4 Hasil Analisis

##### 4.4.1 Pengukuran Kualitas Berdasarkan Metode *Servqual Gaps 5*

Nilai pada *gaps 5* adalah sebuah nilai rata-rata kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kinerja layanan nyata yang dirasakan oleh pengguna yang menggunakannya. Perhitungan dari harapan pelanggan dan kenyataan ini berdasarkan pada 8 dimensi di antaranya yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *comfort*, *information* dan *other*.

##### a. Item by item analysis

Kualitas layanan menurut item/atribut berdasarkan 47 butir pertanyaan harapan dan kinerja yang terdiri dari 6 dimensi. Kualitas layanan yang pelanggan terima adalah selisih dari skor kinerja dan skor harapan. Di bawah ini merupakan hasil dari *servqual gaps 5* sebagai berikut :

**Tabel 4.10 Hasil dari kualitas layanan pada setiap atribut pertanyaan**

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	Nilai Selisih	Peringkat	Keterangan
Fasilitas belanja di dalam pesawat	3,63	3,8	0,17	1	Berkualitas
Staf maskapai memberikan perhatian individu pada penumpang	3,77	3,93	0,16	2	Berkualitas
Fasilitas hiburan di dalam pesawat	3,61	3,76	0,15	3	Berkualitas
Pesawat tampak modern dan bersih	3,92	4,03	0,11	4	Berkualitas
Kompensasi kerusakan pada bagasi	3,53	3,62	0,09	5	Berkualitas
Ketepatan waktu penerbangan	3,76	3,83	0,07	6	Berkualitas
Kebersihan toilet di bandara	4,14	4,2	0,06	7	Berkualitas
Proses <i>boarding</i>	4,05	4,11	0,06	8	Berkualitas
Kenyamanan/Efisiensi <i>check-in</i>	4,07	4,12	0,05	9	Berkualitas
Informasi <i>check-in</i>	4,13	4,17	0,04	10	Berkualitas
Layanan darat pada saat kedatangan	4,04	4,07	0,03	11	Berkualitas
Layanan khusus untuk anak-	3,96	3,99	0,03	12	Berkualitas

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	Nilai Selisih	Peringkat	Keterangan
anak dan difabel					
Kompensasi kehilangan barang atau terjadi bahaya	3,66	3,69	0,03	13	Berkualitas
Memberikan fasilitas layanan perjalanan yang baik	4,1	4,12	0,02	14	Berkualitas
Responsif dari maskapai jika ada keterlambatan	3,93	3,95	0,02	15	Berkualitas
Alternatif jadwal penerbangan	3,84	3,86	0,02	16	Berkualitas
Pemberitahuan untuk segera <i>boarding</i>	4,18	4,2	0,02	17	Berkualitas
Staf maskapai melakukan layanan yang akurat	3,93	3,94	0,01	18	Berkualitas
Staf maskapai memberikan penanganan yang cepat	4,1	4,1	0	19	Berkualitas
Fasilitas <i>self check-in</i>	4,06	4,06	0	20	Berkualitas
Ketersediaan ruang parkir di bandara	4,2	4,19	-0,01	21	Tidak berkualitas
AC yang efektif di bandara	4,22	4,21	-0,01	22	Tidak berkualitas
Kenyamanan kursi pesawat	3,88	3,87	-0,01	23	Tidak

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	Nilai Selisih	Peringkat	Keterangan
					berkualitas
Kebersihan toilet pesawat	4,06	4,05	-0,01	24	Tidak berkualitas
Kualitas makanan dan minuman di dalam pesawat	3,81	3,79	-0,02	25	Tidak berkualitas
Staf maskapai bersedia membantu penumpang dalam situasi tidak terduga	4,01	3,99	-0,02	26	Tidak berkualitas
Staf maskapai menangani penundaan penerbangan dengan segera	3,89	3,87	-0,02	27	Tidak berkualitas
Ukuran bandara dalam menampung penumpang	4,22	4,19	-0,02	28	Tidak berkualitas
Maskapai memiliki peralatan dan fasilitas yang modern	4	3,96	-0,04	29	Tidak berkualitas
Penanganan bagasi	3,98	3,94	-0,04	30	Tidak berkualitas
Fasilitas di ruang tunggu bandara	4,12	4,07	-0,05	31	Tidak berkualitas
Jumlah toko di bandara	4,14	4,08	-0,06	32	Tidak berkualitas

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	Nilai Selisih	Peringkat	Keterangan
Staf maskapai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	4,11	4,04	-0,07	33	Tidak berkualitas
Kebersihan tempat duduk pesawat	4,08	4,01	-0,07	34	Tidak berkualitas
Penampilan pramugari/pramugara	4,32	4,24	-0,08	35	Tidak berkualitas
Terdapat transportasi umum untuk menuju ke bandara	4,1	4,02	-0,08	36	Tidak berkualitas
Operasi keselamatan penerbangan	4,16	4,07	-0,09	37	Tidak berkualitas
Surat kabar dan majalah <i>on board</i>	3,91	3,82	-0,09	38	Tidak berkualitas
Keramahan pramugari/pramugara	4,3	4,21	-0,09	39	Tidak berkualitas
Kenyamanan klaim bagasi	3,95	3,86	-0,09	40	Tidak berkualitas
Staf maskapai sigap membantu penumpang	4,17	4,07	-0,1	41	Tidak berkualitas
Kesopanan dan keramahan staf maskapai	4,25	4,15	-0,1	42	Tidak berkualitas

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	Nilai Selisih	Peringkat	Keterangan
Pemilihan tempat duduk di pesawat	4,11	4	-0,11	43	Tidak berkualitas
Staf maskapai memahami kebutuhan spesifik penumpang	3,96	3,84	-0,12	44	Tidak berkualitas
Keramahan petugas saat <i>check-in</i> dan <i>boarding</i>	4,16	4,04	-0,12	45	Tidak berkualitas
Demonstrasi keselamatan kabin	4,33	4,12	-0,21	46	Tidak berkualitas
Maskapai menanggapi keluhan dari penumpang	4,01	3,79	-0,22	47	Tidak berkualitas

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.10 hasil dari kualitas layanan pada setiap atribut pertanyaan di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kualitas layanan yang diterima pelanggan maskapai Sriwijaya Air tidak sesuai dengan harapan atau dapat dikatakan tidak berkualitas karena bernilai negatif. Pada atribut pertanyaan Maskapai menanggapi keluhan dari penumpang mendapatkan nilai *gaps* negatif terbesar yaitu -0,22. Sedangkan pada atribut pertanyaan Fasilitas belanja di dalam pesawat mendapatkan nilai *gaps* positif terbesar yaitu 0,17. Dapat dikatakan bahwa kualitas layanan maskapai Sriwijaya Air terdapat perbedaan yang

signifikan antara kinerja dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

b. Analisis setiap dimensi

Setelah kualitas layanan menurut atribut pertanyaan telah diketahui, selanjutnya menghitung kualitas layanan maskapai Sriwijaya Air berdasarkan dimensi dimensi yang digunakan dalam penelitian. Terdapat 6 dimensi yaitu *terminal tangibles*, *airline tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Kualitas yang diterima oleh pelanggan maskapai Sriwijaya Air adalah selisih dari rata-rata kinerja dan rata-rata harapan pada setiap dimensi tersebut.

Di bawah ini merupakan hasil dari perhitungan rata-rata *gaps* 5 berdasarkan 6 dimensi yang digunakan.

**Tabel 4.11 Hasil nilai rata-rata dan *gaps* berdasarkan dimensi**

Dimensi	Harapan	Kinerja	<i>Gaps</i>	Keterangan
Terminal <i>Tangibles</i>	4,110625	4,094375	-0,01625	Tidak berkualitas
Airline <i>Tangibles</i>	3,984167	3,974167	-0,01	Tidak berkualitas
Reliability	3,930000	3,963333	0,033333	Berkualitas
<i>Responsiveness</i>	4,050000	3,970000	-0,08	Tidak berkualitas
<i>Assurance</i>	4,082500	4,012500	-0,07	Tidak berkualitas
<i>Empathy</i>	3,870000	3,877500	0,0075	Berkualitas

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.11 hasil nilai rata-rata dan *gaps* berdasarkan dimensi menunjukkan bahwa *gaps* dilihat dari dimensi yang didapat dari selisih nilai kinerja dan nilai harapan. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat dua dimensi yang masuk dalam kategori berkualitas yaitu dimensi *reliability* dengan nilai *gaps* sebesar 0,033333 dan dimensi *empathy* sebesar 0,0075. Sedangkan dimensi *responsiveness* mendapatkan nilai *gaps* negatif terbesar yaitu -0,08 yang artinya kualitas layanan pada dimensi *responsiveness* dapat dikatakan paling tidak berkualitas. Hal tersebut juga dikaitkan dengan uji perbedaan terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

c. SERVQUAL secara keseluruhan

Perhitungan *gaps* dengan menggunakan metode servqual secara keseluruhan dengan mencari selisih antara rata-rata kinerja seluruh dimensi dan rata-rata harapan seluruh dimensi.

Berikut adalah hasil perhitungan selisih antara rata-rata harapan seluruh dimensi dengan rata-rata kinerja seluruh dimensi.

**Tabel 4.12 Hasil perhitungan *gaps* secara keseluruhan**

	Rata – Rata Keseluruhan
Harapan	4,00454
Kinerja	3,98197
Selisih	-0,02257

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil perhitungan *gaps* secara keseluruhan memperlihatkan selisih dari rata-rata keseluruhan harapan dan rata-rata keseluruhan kinerja bahwa hasil selisihnya bernilai negatif yaitu sebesar -0,02257 yang artinya kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai Sriwijaya Air kepada pelanggannya dapat dikatakan tidak berkualitas. Dikaitkan dengan uji beda secara keseluruhan menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan di antara kinerja dengan harapan dari pelanggan terhadap kualitas layanan.

#### 4.4.2 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Setelah semua nilai dari kualitas layanan yang diberikan maskapai Sriwijaya Air diketahui, selanjutnya tingkat kepuasan pelanggan juga perlu diketahui melalui perbandingan antara nilai rata-rata kinerja dan nilai rata-rata harapan.

**Tabel 4.13 Perhitungan tingkat kepuasan pelanggan**

Dimensi	Rata-Rata Harapan	Rata-Rata Kinerja	Tingkat Kepuasan	Keterangan
Terminal <i>Tangibles</i>	4,110625	4,094375	100,4%	Puas
Airline <i>Tangibles</i>	3,984167	3,974167	99,75%	Tidak puas
Reliability	3,930000	3,963333	100,85%	Puas
<i>Responsiveness</i>	4,050000	3,970000	98,02%	Tidak puas
<i>Assurance</i>	4,082500	4,012500	98,3%	Tidak puas
<i>Empathy</i>	3,870000	3,877500	100,2%	Puas

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.13 perhitungan tingkat kepuasan pelanggan di atas dapat diketahui bahwa terdapat tiga dimensi yang termasuk dalam kategori puas karena memiliki hasil tingkat kepuasannya berada di atas 100%, tiga dimensi tersebut masing-masing yaitu *reliability* dengan hasil sebesar 100,85%, terminal *tangibles* dengan hasil sebesar 100,4%, dan *empathy* dengan hasil sebesar 100,2%. Selain ketiga dimensi yang telah disebutkan, hasil tingkat kepuasannya di bawah 100% yang artinya dimensi *assurance* (98,3%), *responsiveness* (98,02%), dan *airline tangibles* (99,75%) masuk dalam kategori tidak puas.

#### 4.5 Pembahasan

Dari hasil penelitian ini yang menggunakan metode SERVQUAL untuk membandingkan antara nilai kinerja dan nilai harapan. SERVQUAL adalah sebuah instrumen analisa kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman yang berfungsi untuk mengukur kualitas layanan dalam suatu perusahaan atau organisasi dengan menggunakan selisih gap antara harapan dan kinerja. Dari hasil gap selisih antara harapan dengan kinerja, baik dan buruknya kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan. Dalam penelitian ini terdapat 6 dimensi dan 47 item atribut pertanyaan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai Sriwijaya Air.

Berdasarkan pada uji beda dimulai dari dimensi pertama yaitu terminal *tangibles* memiliki nilai signifikan sebesar 0,0163 ( $0,0163 < 0,05$ ) nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan begitu dimensi terminal *tangibles* dapat dikatakan signifikan. Dimensi *airline tangibles* memiliki nilai signifikan 0,01 ( $0,01 < 0,05$ )

nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan begitu dimensi airline *tangibles* dapat dikatakan signifikan. Dimensi *reliability* memiliki nilai signifikan 0,0333 ( $0,0333 < 0,05$ ) nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan begitu dimensi *reliability* dapat dikatakan signifikan. Dimensi *responsiveness* memiliki nilai signifikan 0,08 ( $0,08 > 0,05$ ) nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dengan begitu dimensi *responsiveness* dapat dikatakan tidak signifikan. Dimensi *assurance* memiliki nilai signifikan 0,07 ( $0,07 > 0,05$ ) nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dengan begitu dimensi *assurance* dapat dikatakan tidak signifikan. Dan yang terakhir ada dimensi *empathy* memiliki nilai signifikan 0,0075 ( $0,0075 < 0,05$ ) nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan begitu dimensi *empathy* dapat dikatakan signifikan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa sebagian besar dimensi menunjukkan adanya signifikansi atau terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan terhadap kualitas layanan. Namun, terdapat dua dimensi yaitu dimensi *responsiveness* (0,08) dan *assurance* (0,07) memiliki nilai yang tidak signifikan antara kinerja dan harapan terhadap kualitas layanan karena memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Meskipun terdapat dua dimensi memiliki nilai yang tidak signifikan, namun secara keseluruhan menunjukkan bahwa adanya signifikansi antara kinerja dan harapan terhadap kualitas layanan dikarenakan nilai signifikan secara keseluruhan sebesar 0,022583 ( $0,022583 < 0,05$ ) dengan begitu nilai signifikan keseluruhan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya signifikan, dan dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada perbedaan yang tidak signifikan antara kinerja dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan ditolak atau tidak diterima.

*Gaps* atau kesenjangan merupakan perbedaan antara harapan yang diinginkan pelanggan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Apabila nilai *gaps* menunjukkan hasil yang positif itu artinya kualitas layanan dari sebuah atribut dapat dikatakan berkualitas karena kinerja layanan melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan nilai *gaps* yang menunjukkan hasil negatif maka kualitas layanan dapat dikatakan tidak berkualitas yang artinya harapan pelanggan lebih besar daripada kinerja layanan. Oleh karena itu, apabila semakin besar nilai *gaps* yang menunjukkan hasil negatif maka dimensi atau item tersebut harus dijadikan prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya. Kualitas layanan maskapai Sriwijaya Air dapat dilihat mulai dari perhitungan *item by item*, setiap dimensi dan perhitungan *gaps* secara keseluruhan.

Pada tabel 4.10 dapat diketahui perhitungan *item by item*, dari dalam tabel tersebut ada beberapa butir item atau atribut yang memiliki nilai positif dan negatif. Terdapat 20 item yang memiliki nilai positif, pada item fasilitas belanja di dalam pesawat mendapatkan nilai positif terbesar yaitu 0,17. Pada urutan kedua yaitu item staf maskapai memberikan perhatian individu pada penumpang sebesar 0,16. Pada urutan ketiga yaitu item fasilitas hiburan di dalam pesawat sebesar 0,15. Pada urutan keempat yaitu item pesawat tampak modern dan bersih sebesar 0,11. Pada urutan kelima yaitu item kompensasi kerusakan pada bagasi sebesar 0,09. Pada urutan keenam yaitu item ketepatan waktu penerbangan sebesar 0,07. Pada urutan ketujuh yaitu item kebersihan toilet di bandara sebesar 0,06. Pada urutan kedelapan yaitu item proses *boarding* sebesar 0,06. Pada urutan kesembilan yaitu item kenyamanan/efisiensi *check-in* sebesar 0,05. Pada urutan

kesepuluh yaitu item informasi *check-in* sebesar 0,04. Pada urutan kesebelas yaitu item layanan darat pada saat kedatangan sebesar 0,03. Pada urutan keduabelas yaitu item layanan khusus untuk anak-anak dan difabel sebesar 0,03. Pada urutan ketigabelas yaitu item kompensasi kehilangan barang atau terjadi bahaya sebesar 0,03. Pada urutan keempatbelas yaitu item memberikan fasilitas layanan perjalanan yang baik sebesar 0,02. Pada urutan kelimabelas yaitu item responsif dari maskapai jika ada keterlambatan sebesar 0,02. Pada urutan keenambelas yaitu item alternatif jadwal penerbangan sebesar 0,02. Pada urutan ketujuhbelas yaitu item pemberitahuan untuk segera *boarding* sebesar 0,02. Pada urutan kedelapanbelas yaitu item staf maskapai melakukan layanan yang akurat sebesar 0,01. Pada urutan kesembilanbelas yaitu item staf maskapai memberikan penanganan yang cepat sebesar 0. Pada urutan keduapuluh yaitu item fasilitas *self check-in* mendapatkan nilai positif terkecil yaitu 0. Dilihat dari 20 item di atas kualitas layanan pada maskapai Sriwijaya Air lebih mengarah pada fasilitas yang ada di dalam pesawat, staf maskapai memberikan penanganan yang cepat, dan alternatif jadwal penerbangan.

Pada tabel 4.10 dapat diketahui juga perhitungan item by item yang memiliki nilai negatif artinya item atau atribut tersebut tidak berkualitas. Terdapat 27 butir item yang memiliki nilai negatif di antaranya yaitu, pada urutan pertama yaitu item ketersediaan ruang parkir di bandara sebesar -0,01. Pada urutan kedua yaitu item AC yang efektif di bandara sebesar -0,01. Kemudian pada urutan ketiga yaitu item kenyamanan kursi pesawat sebesar -0,01. Pada urutan keempat yaitu item kebersihan toilet pesawat sebesar -0,01. Pada urutan kelima yaitu item

kualitas makanan dan minuman di dalam pesawat sebesar -0,02. Pada urutan keenam yaitu item staf maskapai bersedia membantu penumpang dalam situasi tidak terduga sebesar -0,02. Pada urutan ketujuh yaitu item staf maskapai menangani penundaan penerbangan dengan segera sebesar -0,02. Pada urutan kedelapan yaitu item ukuran bandara dalam menampung penumpang sebesar -0,02. Pada urutan kesembilan yaitu item maskapai memiliki peralatan dan fasilitas yang modern sebesar -0,04. Pada urutan kesepuluh yaitu item penanganan bagasi sebesar -0,04. Pada urutan kesebelas yaitu item fasilitas di ruang tunggu bandara sebesar -0,05. Pada urutan keduabelas yaitu item jumlah toko di bandara sebesar -0,06. Pada urutan ketigabelas yaitu item staf maskapai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan sebesar -0,07. Pada urutan keempatbelas yaitu item kebersihan tempat duduk pesawat sebesar -0,07. Pada urutan kelimabelas yaitu item penampilan pramugari/pramugara sebesar -0,08. Pada urutan keenambelas yaitu item terdapat transportasi umum menuju ke bandara sebesar -0,08. Pada urutan ketujuhbelas yaitu item operasi keselamatan penerbangan sebesar -0,09. Pada urutan kedelapanbelas yaitu item surat kabar dan majalah *on board* sebesar -0,09. Pada urutan kesembilanbelas yaitu item keramahan pramugari/pramugara sebesar -0,09. Pada urutan keduapuluh yaitu item kenyamanan klaim bagasi sebesar -0,09. Pada urutan keduapuluh satu yaitu item staf maskapai sigap membantu penumpang sebesar -0,1. Pada urutan keduapuluh dua yaitu item kesopanan dan keramahan staf maskapai sebesar -0,1. Pada urutan keduapuluh tiga yaitu item pemilihan tempat duduk di pesawat sebesar -0,11. Pada urutan keduapuluh empat yaitu item staf memahami kebutuhan spesifik penumpang

sebesar -0,12. Pada urutan kedupuluh lima yaitu item keramahan petugas saat *check-in* dan *boarding* sebesar -0,12. Pada urutan kedupuluh enam yaitu item demonstrasi keselamatan kabin sebesar -0,21. Pada urutan kedupuluh tujuh yaitu item maskapai menanggapi keluhan dari penumpang sebesar -0,22. Pada sisi yang memiliki nilai negatif menggambarkan ketidak puasan pelanggan terhadap kualitas layanan dikarenakan memiliki *gaps* yang lebih besar dari item lainnya dan pada sisi ini juga dapat dikatakan tidak berkualitas. Oleh karena itu, pihak maskapai Sriwijaya Air perlu melakukan peningkatan kualitas agar kenyamanan pelanggan lebih diperhatikan. Seperti menanggapi keluhan dari pelanggan dan fasilitas lainnya yang masih kurang kualitas layanannya terhadap pelanggan.

Pada tabel 4.11 dapat diketahui perhitungan dari *gaps* setiap dimensi yang menunjukkan tingkat kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan. Perhitungan *gaps* berdasarkan dimensi ini untuk mengetahui dimensi mana yang harus dijadikan prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya oleh maskapai Sriwijaya Air. Diketahui dalam perhitungan ini nilai *gaps* terbesar yaitu -0,08 pada dimensi *responsiveness*. Dimensi tersebut dapat dikatakan paling tidak berkualitas karena memiliki nilai *gaps* terbesar atau tertinggi di antara dimensi lainnya. Sedangkan pada dimensi *reliability* dan dimensi *empathy* memiliki nilai *gaps* yang positif yaitu sebesar 0,0333 dan 0,0075. Berdasarkan dari hasil perhitungan nilai *gaps* yang diurutkan dari nilai yang terkecil hingga nilai yang terbesar tingkat tidak berkualitasnya maka dimensi *reliability* yang pertama dengan nilai *gaps* 0,0333, selanjutnya ada dimensi *empathy* dengan nilai *gaps* 0,0075, dimensi terminal *tangibles* dengan nilai *gaps* -0,01625, dimensi airline

*tangibles* dengan nilai *gaps* -0,01 dan dimensi *assurance* serta *responsiveness* dengan masing-masing nilai *gaps*nya sebesar -0,07 dan -0,08. Berdasarkan urutan hasil perhitungan nilai *gaps* di atas, dimensi *assurance* dan *responsiveness* yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitasnya oleh maskapai Sriwijaya Air agar selalu dapat memberikan kualitas layanan terbaik untuk pelanggannya.

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui hasil perhitungan *gaps* secara keseluruhan yaitu -0,02257. Suatu layanan yang menunjukkan nilai *gaps* negatif berarti layanan yang diterima pelanggan maskapai Sriwijaya Air tersebut dikatakan tidak berkualitas. Layanan yang tidak berkualitas akan mengakibatkan ketidakpuasan pada pelanggan, dikarenakan nilai kinerja yang lebih kecil dari harapan yang diinginkan. Itu berarti layanan yang diberikan oleh maskapai Sriwijaya Air belum semuanya memuaskan. Dengan demikian pula dengan uji perbedaan dapat dikatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui hasil dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dilihat per dimensi yang dihitung yang dihitung melalui perbandingan dari nilai rata-rata kinerja dengan nilai rata-rata harapan. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tertinggi ada pada dimensi *reliability* yaitu 100,85%, disusul dimensi terminal *tangibles* yaitu 100,4%, kemudian dimensi *empathy* dengan tingkat kepuasan sebesar 100,2%.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dikaji dan dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan yang disebutkan pada beberapa poin-poin kesimpulan di bawah ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin pria, memiliki usia 20-30 tahun, berpendidikan akhir SMA, sebagian besar memiliki penghasilan per bulan sebesar  $\geq 1,5$  juta – 2,5 juta dan mayoritas dari para pelajar/mahasiswa.
2. Berdasarkan pada uji beda terdapat empat dimensi yang memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sedangkan pada dua dimensi lainnya memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat empat dimensi dikatakan signifikan dan dua dimensi lainnya dapat dikatakan tidak signifikan. Selain itu, berdasarkan pada perhitungan keseluruhan memiliki nilai signifikan sebesar 0,022583 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga pada uji perbedaan ini terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan terhadap kualitas layanan.
3. Pada perhitungan *gaps* servqual yang diawali dari perhitungan per item menunjukkan adanya *gaps* positif dan *gaps* negatif. Terdapat 20 *gaps* positif dengan nilai terbesarnya terletak pada item fasilitas belanja di dalam pesawat yaitu sebesar 0,17. Selain itu terdapat pula 27 *gaps* negatif dengan nilai terbesar terletak pada item maskapai menanggapi keluhan dari penumpang

yaitu sebesar -0,22. Dalam hal ini pada item maskapai menggapai keluhan dari penumpang menjadi prioritas maskapai Sriwijaya Air untuk meningkatkan kualitas dari item tersebut. Pada perhitungan per dimensi terdapat empat dimensi yang memiliki nilai *gaps* negatif dengan nilai terbesar pada dimensi *responsiveness* yaitu sebesar -0,08. Terdapat pula dua dimensi yang memiliki nilai *gaps* positif yaitu pada dimensi *reliability* sebesar 0,033333 dan pada dimensi *empathy* sebesar 0,0075. Berdasarkan hal tersebut dimensi *responsiveness* menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya. Dalam keseluruhan perhitungan nilai *gaps* 5 yang berdasarkan kinerja dan harapan dapat dinilai masih belum memuaskan atau dapat dikatakan layanan yang diterima oleh pelanggan maskapai Sriwijaya Air tidak memuaskan sebesar -0,02257, itu artinya harapan dari pelanggan masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja layanan yang diberikan.

4. Berdasarkan pembahasan tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan maskapai Sriwijaya Air terdapat tiga dimensi yang memiliki tingkat kepuasan di atas 100% yaitu pada dimensi *reliability* sebesar 100,85%, dimensi terminal *tangibles* sebesar 100,4%, dan dimensi *empathy* sebesar 100,2%. Selain itu terdapat pula dimensi yang tingkat kepuasannya kurang dari 100% yaitu dimensi airline *tangibles* sebesar 99,75%, dimensi *assurance* sebesar 98,3%, dan dimensi *responsiveness* sebesar 98,02%. Maka terdapat tiga dimensi yang memiliki tingkat kepuasan di bawah harapan dari pelanggan, ketiga dimensi tersebut dijadikan prioritas untuk peningkatan kualitas layanan maskapai Sriwijaya Air.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang bisa dijadikan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan agar lebih baik lagi kedepannya di antaranya, sebagai berikut :

1. Sebagai upaya peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai Sriwijaya Air, perusahaan harus selalu melakukan inovasi dan perbaikan secara terus-menerus terhadap kualitas yang diberikan agar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maskapai Sriwijaya Air.
2. Memprioritaskan dimensi dan item yang memiliki nilai *gaps* atau kesenjangan terbesar untuk diperbaiki kualitas layanannya secara berkala agar dapat mengurangi kesenjangan kualitas layanan yang diharapkan dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan untuk dapat menambahkan variabel dan objek yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bari., S., Bavik., A., Ekiz., H., E., Hussain., K., dan Toner., S. 1992. AIRQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention. **Thesis**. Eastern Mediterranean University: School of Tourism and Hospitality Management.
- Chen, L., Li, Y., dan Liu, C. 2018. How airline service quality determines the quality of repurchase intention-mediate and moderate effects of brand quality and perceived value. **Journal of Air Transport Management**.
- Daft, R, L. 2011. **Management**. Publisher: South-Western College Publishing.
- Farooq, M, S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., dan Ayupp, K. 2018. Impact of Service quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airline: A PLS-SEM Approach. **Journal of Air Transport Management**. 67: 169-180.
- Gasperzn, V. 1997. **Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Mnajemen Bisnis Total**. Jakarta: Yayasan Indonesia Emas dan Gramedika Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2006. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 1**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J dan Render, B. 2011. **Manajemen Operasi. Edisi Sembilan. Buku Dua**. Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Jeeradist, T., Thawesaengskulthai, N., Sangsuwan, T. 2016. **Journal of Air Transport Management**. 53: 131-139.
- Jiang, H., dan Zhang, Y. 2016. An Investigation of Service quality, Customer satisfaction and Loyalty in China's Airline market. **Journal of Air Transport Management**. 57: 87-88.
- Kotler, P. 1997. **Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu**. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. 2005. Diterjemahkan oleh Alih Bahasa Teguh, Hendra, dkk. **Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid Satu**. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, dan Keller. 2012. **Manajemen Pemasaran. Edisi 12**. Jakarta: Erlangga.

- Mahardhika, Veronica, D., dan Supriyono. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (KAI) Daerah Operasi 6 Yogyakarta. 6(3)
- Nasution. 2001. **Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purnama, N. 2006. **Manajemen Kualitas Perspektif Global**. Yogyakarta: Ekonisia.
- Putra, C, G, D. 2011. Analisis Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Kabupaten Jemprana. **Tesis**. Pascasarjana Universitas Udayana: Program Magister Teknik Sipil.
- Robbins. Stephen, P., Coulter, M. 2012. **Management. 11th Edition**. New Jersey: Prentice Hall.
- Sarjono. Haryadi., dan Julianita, W. 2011. **SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset**. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2011. **SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset**. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2017. **Metode Penelitian untuk Bisnis buku satu**. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2017. **Metode Penelitian untuk Bisnis buku dua**. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2006 **Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 1**. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2006. **Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 2**. Jakarta.: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif** . Bandung: Alfabeta.
- Suki, N, M. 2004. Passenger Satisfaction with Airline Service Quality in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. **Research in Transportation Business & Management**.
- Tjiptono, F. 2005. **Pemasaran Jasa**. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. 2004. **Manajemen Jasa**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Z. 2001. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**. Yogyakarta: Ekonisia

Zeithaml, Valerie, A., Berry, Leonard, Dan Parasuraman, A., 1993. The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. **Journal of Academy of Marketing Science**. 21(1): 1-12.

\_\_\_\_\_. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. **Journal of Marketing**. 60(2): 31-46.

\_\_\_\_\_. 1994. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. **Journal of Marketing**. 58: 111-124.

Zeithaml, Valerie, A., Berry, Leonard, Dan Parasuraman, A., 1990. **Delivering Quality Service- Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York: The Free Press.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

### KUESIONER

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian:

1. Pada pertanyaan di bawah ini anda dimohon untuk mengisi pertanyaan pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya dengan jalan memberikan tanda (X) pada pilihan jawaban yang tersedia.

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
2. Usia saat ini :  ≤ 20 tahun  21 – 30 tahun  
 31 – 40 tahun  ≥ 41 tahun  
 ≥ 50 tahun
3. Pendidikan Terakhir :  SMP  SMA  S1  
 Pascasarjana  Lainnya
4. Pekerjaan Saat ini :  PNS  Pelajar/mahasiswa  
 Wiraswasta  Lainnya
5. Penghasilan perbulan :  ≥ 1,5 juta – 2,5 juta  2,5 juta – 3,5 juta  
 ≥ 3,5 juta – 4,5 juta  ≥ 4,5 juta

2. Silahkan beri tanda (√) pada kotak yang tersedia untuk menunjukkan pendapat anda tentang pernyataan di bawah ini.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Biasa – Biasa

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Indikator		Harapan				
		1	2	3	4	5
<b>Terminal Tangibles</b>						
1	Kebersihan toilet di bandara					
2	Jumlah toko di bandara					
3	Ketersediaan ruang parkir di bandara					
4	Ukuran bandara dalam menampung penumpang					
5	AC yang efektif di bandara					
6	Kenyamanan/Efisiensi <i>check-in</i>					
7	Penanganan bagasi					
8	Pemilihan tempat duduk di pesawat					
9	Fasilitas <i>self check-in</i>					
10	Informasi <i>check-in</i>					
11	Pemberitahuan untuk segera <i>boarding</i>					
12	Fasilitas di ruang tunggu bandara					
13	Proses <i>boarding</i>					
14	Keramahan petugas saat <i>check-in dan boarding</i>					
15	Layanan darat pada saat kedatangan					
16	Kenyamanan klaim bagasi					
<b>Airline Tangibles</b>						

1	Layanan khusus untuk anak-anak dan difabel					
2	Kenyamanan kursi pesawat					
3	Keramahan pramugari/pramugara					
4	Demonstrasi keselamatan kabin					
5	Surat kabar dan majalah <i>on board</i>					
6	Fasilitas hiburan di dalam penerbangan					
7	Fasilitas belanja di dalam penerbangan					
8	Kualitas makanan dan minuman di dalam penerbangan					
9	Pesawat tampak modern dan bersih					
10	Penampilan pramugari/pramugara					
11	Kebersihan toilet di pesawat					
12	Kebersihan tempat duduk pesawat					
<b>Reliability</b>						
1	Ketepatan waktu penerbangan					
2	Staf maskapai melakukan layanan yang akurat					
3	Memberikan fasilitas layanan perjalanan yang baik					
<b>Responsiveness</b>						
1	Responsif dari maskapai jika ada keterlambatan					
2	Maskapai menanggapi keluhan dari penumpang					
3	Karyawan bersedia membantu penumpang dalam situasi yang tidak terduga					
4	Kesopanan dan keramahan karyawan					
<b>Assurance</b>						
1	Operasi keselamatan penerbangan					
2	Staf maskapai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan					
3	Staf maskapai sigap membantu penumpang					
4	Staf maskapai menangani penundaan penerbangan dengan segera					
<b>Empathy</b>						
1	Terdapat transportasi umum untuk menuju ke bandara					
2	Kompensasi kehilangan barang atau terjadi bahaya					
3	Kompensasi kerusakan pada bagasi					
4	Staf maskapai memberikan perhatian individu pada penumpang					
5	Alternatif jadwal penerbangan					

6	Maskapai memiliki peralatan dan fasilitas yang modern					
7	Staf maskapai memahami kebutuhan spesifik penumpang					
8	Staf maskapai memberikan penanganan yang cepat					

Indikator		Kinerja				
		1	2	3	4	5
<b>Terminal Tangibles</b>						
1	Kebersihan toilet di bandara					
2	Jumlah toko di bandara					
3	Ketersediaan ruang parkir di bandara					
4	Ukuran bandara dalam menampung penumpang					
5	AC yang efektif di bandara					
6	Kenyamanan/Efisiensi <i>check-in</i>					
7	Penanganan bagasi					
8	Pemilihan tempat duduk di pesawat					
9	Fasilitas <i>self check-in</i>					
10	Informasi <i>check-in</i>					
11	Pemberitahuan untuk segera <i>boarding</i>					
12	Fasilitas di ruang tunggu bandara					
13	Proses <i>boarding</i>					
14	Keramahan petugas saat <i>check-in dan boarding</i>					
15	Layanan darat pada saat kedatangan					
16	Kenyamanan klaim bagasi					
<b>Airline Tangibles</b>						
1	Layanan khusus untuk anak-anak dan difabel					
2	Kenyamanan kursi pesawat					
3	Keramahan pramugari/pramugara					
4	Demonstrasi keselamatan kabin					
5	Surat kabar dan majalah <i>on board</i>					
6	Fasilitas hiburan di dalam penerbangan					
7	Fasilitas belanja di dalam penerbangan					
8	Kualitas makanan dan minuman di dalam penerbangan					
9	Pesawat tampak modern dan bersih					
10	Penampilan pramugari/pramugara					
11	Kebersihan toilet di pesawat					
12	Kebersihan tempat duduk pesawat					
<b>Reliability</b>						
1	Ketepatan waktu penerbangan					

2	Staf maskapai melakukan layanan yang akurat					
3	Memberikan fasilitas layanan perjalanan yang baik					
<b>Responsiveness</b>						
1	Responsif dari maskapai jika ada keterlambatan					
2	Maskapai menanggapi keluhan dari penumpang					
3	Karyawan bersedia membantu penumpang dalam situasi yang tidak terduga					
4	Kesopanan dan keramahan karyawan					
<b>Assurance</b>						
1	Operasi keselamatan penerbangan					
2	Staf maskapai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan					
3	Staf maskapai sigap membantu penumpang					
4	Staf maskapai menangani penundaan penerbangan dengan segera					
<b>Empathy</b>						
1	Terdapat transportasi umum untuk menuju ke bandara					
2	Kompensasi kehilangan barang atau terjadi bahaya					
3	Kompensasi kerusakan pada bagasi					
4	Staf maskapai memberikan perhatian individu pada penumpang					
5	Alternatif jadwal penerbangan					
6	Maskapai memiliki peralatan dan fasilitas yang modern					
7	Staf maskapai memahami kebutuhan spesifik penumpang					
8	Staf maskapai memberikan penanganan yang cepat					

**LAMPIRAN 2**

**DAFTAR HASIL KUISONER**

**HARAPAN**

No..	Terminal <i>Tangibles</i>															
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1 3	#1 4	#1 5	#1 6
.1	3	3	4	4	5	4	3	5	3	5	3	3	4	3	4	3
.2	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
.3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3
.4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
.5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
.7	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
.8	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
.9	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
.10	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.11	2	4	5	5	5	5	3	3	3	2	4	5	3	3	2	2
.12	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4
.13	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4
.14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
.15	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
.16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.17	3	4	2	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3
.18	4	4	4	4	3	1	1	3	3	1	1	4	5	2	4	1
.19	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
.20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.21	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4
.22	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	4
.23	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
.24	2	4	4	2	4	1	4	4	1	2	2	3	3	5	3	3
.25	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.26	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	5	4
.27	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
.28	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
.29	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
.30	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4
.31	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4
.32	2	1	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
.33	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4
.34	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
.35	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4
.36	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5

No..	Terminal Tangibles															
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1 3	#1 4	#1 5	#1 6
.37	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4
.38	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
.39	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	5	4
.40	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
.41	3	5	5	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	3	4
.42	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
.43	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
.44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
.45	5	5	5	4	4	3	2	5	4	3	3	4	4	4	5	4
.46	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4
.47	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	5
.48	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
.49	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
.50	5	5	4	5	5	4	1	4	5	5	5	5	4	5	4	2
.51	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	2	4	3	4
.52	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.53	4	4	5	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	4
.54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
.55	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	3	3	4	3
.56	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3
.57	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
.58	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
.59	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
.60	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3
.61	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
.62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.63	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
.64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.65	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
.66	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4
.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
.68	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
.69	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5
.70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.71	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
.72	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.73	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
.74	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	2
.75	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
.76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.78	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4

No..	Terminal Tangibles															
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1 3	#1 4	#1 5	#1 6
.79	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
.80	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	3	3	3	3	3
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3
.83	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
.84	4	5	5	5	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	2
.85	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
.86	5	5	4	3	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5
.87	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
.89	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
.92	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	2
.93	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
.94	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
.95	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4
.96	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
.97	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
.98	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4
.99	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	5	5	3	3
.100	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Rata <sup>2</sup>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,	4,	4,	4,	4	4

No.	Airline Taangibles												Reliability		
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	#6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1	#2	#3
.1	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3
.2	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3
.3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
.4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	4
.5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.6	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
.7	5	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4
.8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
.9	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
.10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.11	3	2	4	4	2	1	1	3	1	3	3	3	2	2	2

No.	Airline Taangibles												Reliability		
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#1	#2	#3
.12	3	5	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	5
.13	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
.14	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
.15	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
.16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.17	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
.18	2	1	1	4	3	2	3	1	1	4	2	1	1	1	2
.19	4	3	4	5	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4
.20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.21	4	4	5	4	3	2	3	4	4	5	4	5	4	4	4
.22	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
.23	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
.24	3	4	2	5	4	4	2	2	2	3	4	3	4	3	4
.25	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4
.26	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5
.27	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3
.28	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
.29	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3
.30	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	4
.31	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.32	5	3	5	5	1	2	3	4	3	5	5	3	5	5	5
.33	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3
.34	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
.35	4	4	5	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4
.36	5	4	5	4	4	3	3	2	4	4	5	4	3	4	4
.37	5	3	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5
.38	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
.39	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5
.40	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	2	3	4
.41	5	2	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4
.42	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
.43	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
.44	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
.45	3	4	4	3	5	5	3	3	5	4	4	5	3	5	5
.46	3	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
.47	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4
.48	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
.49	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4
.50	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.51	5	5	5	5	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3
.52	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.53	3	4	4	5	2	2	2	3	4	4	5	4	3	2	4

No.	Airline Taangibles												Reliability		
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#1	#2	#3
.54	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	3	5	5	5
.55	4	3	5	5	3	3	1	3	3	5	5	4	3	4	4
.56	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
.57	3	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3
.58	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
.59	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4
.60	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
.61	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
.62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
.63	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
.64	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4
.65	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
.66	4	3	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
.67	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.68	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
.69	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
.70	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
.71	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
.72	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3
.73	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
.74	3	3	5	4	2	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4
.75	4	4	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5	2	4	4
.76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.78	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
.79	3	5	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4
.80	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
.83	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4
.84	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2
.85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
.86	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
.87	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
.88	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.89	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
.92	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	5	3	4	4
.93	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
.94	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
.95	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5

No.	Airline Taangibles												Reliability			
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#1	#2	#3	
.96	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.97	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
.98	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.99	5	4	5	5	3	1	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5
.100	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
Rata <sup>2</sup>	4	4	4	4	4	3,6	4	4	4	4	4	4	3,6	3,9	4,1	4,1

No.	Responsiveness				Assurance				Empathy							
	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
.1	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4
.3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
.4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.6	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
.7	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
.8	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
.9	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	2	3	3	4	4	4
.10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.11	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3
.12	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5
.13	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4
.14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
.15	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5
.16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.17	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
.18	1	1	3	4	2	3	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1
.19	5	4	3	4	4	5	5	3	5	3	2	3	4	3	4	5
.20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.22	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
.23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.24	2	3	3	4	2	3	4	5	5	1	1	4	3	4	4	3
.25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
.26	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4
.27	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3
.28	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
.29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
.30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4

No.	<i>Responsiveness</i>				<i>Assurance</i>				<i>Empathy</i>							
	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
.31	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
.32	5	5	5	5	5	4	5	1	5	4	2	3	3	4	4	5
.33	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
.34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5
.35	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4
.36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
.37	4	4	3	5	4	3	5	4	3	4	3	4	5	5	5	3
.38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
.39	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4
.40	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
.41	4	3	2	3	5	4	3	4	4	4	3	2	4	3	2	3
.42	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4
.43	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
.45	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	3	5	3	4	4	5
.46	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
.47	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5
.48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
.49	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
.50	5	5	5	5	5	2	5	5	5	1	1	2	5	5	5	5
.51	4	4	3	5	3	4	2	5	4	3	3	4	4	3	3	4
.52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.53	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
.54	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
.55	3	3	3	4	3	4	4	4	4	1	1	2	3	4	3	3
.56	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4
.57	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4
.58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.59	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
.60	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3
.61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4
.62	3	3	3	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
.63	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4	4	4	4
.64	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.65	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
.66	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4
.67	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
.68	5	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	3	4	4	4
.69	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5
.70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
.71	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4
.72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No.	<i>Responsiveness</i>				<i>Assurance</i>				<i>Empathy</i>							
	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
.73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.74	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
.75	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
.76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
.78	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
.79	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
.80	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.83	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
.84	2	1	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	1	3
.85	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
.86	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	5	4
.87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
.92	2	3	4	4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4
.93	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4
.94	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.95	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
.96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.97	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
.98	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4
.99	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	3	3	3	5
.100	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
Rata <sup>2</sup>	4	4	4	4,3	4	4,1	4	3,9	4,1	3,7	4	4	4	4	4	4

KINERJA

No.	<i>Terminal Tangibles</i>															
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#13	#14	#15	#16
.1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
.2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	4
.3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4

No.	Terminal Tangibles															
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1 3	#1 4	#1 5	#1 6
.4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
.5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
.6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
.7	3	3	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
.8	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
.9	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	3
.10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.11	3	5	5	5	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	3
.12	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5
.13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
.14	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5
.15	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
.16	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4
.17	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
.18	3	2	3	4	4	1	1	2	2	1	1	1	1	3	3	1
.19	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
.20	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2
.21	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
.22	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
.23	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
.24	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5	3	3	3	4
.25	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.26	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3
.27	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
.28	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
.29	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3
.30	3	3	3	3	3	3	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
.32	3	1	5	5	4	5	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5
.33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.34	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
.35	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3
.36	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
.37	5	4	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	4	5	4
.38	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
.39	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3
.40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3
.41	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	2	4	4
.42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
.43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.44	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
.45	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4

No.	Terminal Tangibles															
	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 6	# 7	# 8	# 9	#1 0	#1 1	#1 2	#1 3	#1 4	#1 5	#1 6
.46	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3
.47	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
.48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
.49	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.51	4	5	3	4	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4
.52	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
.53	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3
.54	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
.55	5	5	3	3	5	3	1	3	4	3	3	5	4	3	3	3
.56	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
.57	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
.58	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
.59	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
.60	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.61	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.62	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
.63	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
.64	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.65	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
.66	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3
.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
.68	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
.69	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3
.70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.71	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
.72	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.73	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
.74	5	5	5	3	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	2
.75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
.76	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.78	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
.79	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
.80	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
.83	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
.84	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1	3	3
.85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
.86	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
.87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No.	Terminal Tangibles															
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#13	#14	#15	#16
.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
.92	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	4	3
.93	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3
.94	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
.95	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
.96	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.97	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
.99	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
.100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rata	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,2	4,1	4,1	4	4,1	3,9

No.	Airline Tangibles												Reliability		
	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#1	#2	#3
.1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
.2	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5
.3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
.4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
.5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
.6	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
.7	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3
.8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
.9	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
.10	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
.11	3	2	4	3	2	1	3	3	2	4	3	3	2	2	4
.12	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
.13	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3
.14	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
.15	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
.16	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5
.17	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
.18	3	2	3	4	3	3	3	2	1	3	2	1	1	1	1
.19	4	3	4	5	3	3	4	3	3	5	4	3	4	4	5
.20	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4
.21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4
.22	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
.23	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4

.24	3	4	4	3	4	3	3	3	5	3	5	4	4	3	4
.25	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4
.26	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.27	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
.28	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
.29	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3
.30	3	3	3	3	3	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
.32	5	3	5	5	1	2	3	4	4	5	5	3	5	5	5
.33	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4
.34	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
.35	4	4	5	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4
.36	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4
.37	4	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5
.38	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
.39	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.40	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5
.41	5	2	3	5	3	2	2	4	3	4	4	2	2	3	3
.42	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
.43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
.44	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
.45	5	3	5	3	4	2	4	2	4	4	4	4	3	5	4
.46	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
.47	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
.48	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
.49	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
.50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.51	5	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5
.52	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
.53	5	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4
.54	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
.55	3	3	5	5	3	3	1	3	5	5	5	4	4	4	4
.56	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
.57	3	3	3	4	2	2	4	4	3	5	4	4	3	3	3
.58	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
.59	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5
.60	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3
.61	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
.62	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4
.63	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
.64	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
.65	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
.66	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
.67	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
.68	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5

.69	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	2	3	4
.70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5
.71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
.72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.73	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
.74	2	3	5	5	2	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4
.75	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
.76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.78	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
.79	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.83	3	3	3	3	2	2	2	2	5	4	3	4	3	3	3
.84	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2
.85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
.86	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
.87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
.89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
.92	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5
.93	2	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4
.94	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
.95	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
.96	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
.97	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
.98	3	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4
.99	4	4	5	5	3	1	2	2	2	5	5	5	4	4	4
.100	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rat a	4	4	4	4	4	3, 8	4	4	4	4	4	4	3,8 3	3, 9	4,1 2

No.	<i>Responsiveness</i>				<i>Assurance</i>				<i>Empathy</i>							
	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
.1	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
.2	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
.3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
.4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	5
.5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4

.6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
.7	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3
.8	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
.9	3	3	4	5	5	5	5	2	4	4	2	4	3	5	4	4
.10	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
.11	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
.12	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	5
.13	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	4	2	2	2	3
.14	5	3	4	5	3	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4
.15	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4
.16	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
.17	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.18	1	1	2	3	2	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	3
.19	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4
.20	2	1	3	4	5	5	3	2	3	2	2	4	4	5	5	4
.21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	1	2	4	3	3	3
.22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.24	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
.25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.26	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
.27	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
.28	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
.29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
.30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.32	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	4	3	3
.33	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4
.34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5
.35	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
.36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.37	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
.38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
.39	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
.40	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5
.41	4	3	2	4	4	4	2	3	5	4	2	1	3	3	4	3
.42	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
.43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.44	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
.45	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5
.46	4	4	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3
.47	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
.48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
.49	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
.50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

.51	4	5	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	2
.52	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
.53	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4
.54	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
.55	3	3	4	5	4	4	3	3	3	1	1	3	3	4	3	3
.56	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
.57	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	3	5
.58	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.59	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
.60	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3
.61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
.62	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
.63	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
.64	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
.65	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
.66	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4
.67	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.68	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
.69	4	2	4	3	4	3	4	3	3	5	5	4	3	4	2	5
.70	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3
.71	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
.72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.73	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
.74	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5
.75	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
.76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
.78	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
.79	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
.80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
.83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3
.84	3	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	1	1	3	1	1
.85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
.86	4	2	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	2	4	4
.87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
.89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.91	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
.92	3	3	4	5	3	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	4
.93	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4
.94	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
.95	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5

.96	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
.97	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4
.98	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	
.99	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4
.10																	
0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rat		3,		4,				3,		3,							
a	4	8	4	2	4	4	4	9	4	7	4	4	4	4	4	4	4



### Lampiran 3

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Terminal Tagibles

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
terminal1	61,07	96,547	,733	,926
terminal2	61,03	102,930	,374	,935
terminal3	60,90	100,921	,529	,931
terminal4	60,90	99,128	,642	,928
terminal5	60,83	99,868	,546	,931
terminal6	61,17	92,695	,718	,927
terminal7	61,27	94,340	,753	,925
terminal8	60,93	101,030	,607	,929
terminal9	61,17	96,075	,717	,926
terminal10	61,03	94,171	,709	,927
terminal11	60,93	91,651	,831	,923
terminal12	60,80	100,166	,617	,929
terminal13	60,93	99,926	,603	,929
terminal14	60,90	97,955	,618	,929
terminal15	60,97	98,516	,710	,927
terminal16	61,17	94,695	,796	,924

RELIABILITY

```

/VARIABLES=terminal1 terminal2 terminal3 terminal4 terminal5 terminal6 terminal7 terminal8
terminal9 terminal10 terminal11 terminal12 terminal13 terminal14 terminal15 terminal16
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	16

#### Airline Tangibles

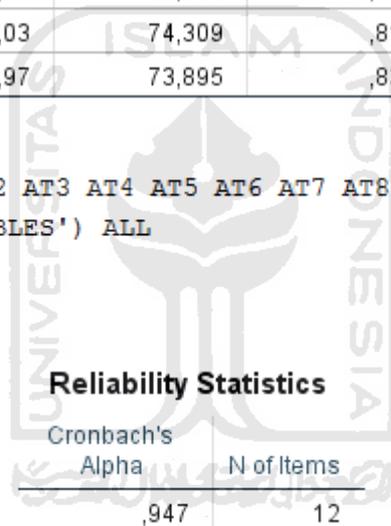
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	43,00	76,759	,661	,946
AT2	42,93	71,513	,765	,943
AT3	42,77	74,185	,754	,943
AT4	42,63	81,344	,519	,949
AT5	42,97	75,826	,775	,942
AT6	43,37	72,930	,775	,942
AT7	43,37	73,413	,746	,943
AT8	43,10	73,197	,827	,940
AT9	43,13	69,085	,896	,938
AT10	42,63	78,171	,685	,945
AT11	43,03	74,309	,812	,941
AT12	42,97	73,895	,832	,940

**RELIABILITY**

```

/VARIABLES=AT1 AT2 AT3 AT4 AT5 AT6 AT7 AT8 AT9 AT10 AT11 AT12
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```



**Reliability**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
reliability1	7,63	3,275	,822	,901
reliability2	7,60	3,145	,883	,848
reliability3	7,37	3,826	,827	,901

RELIABILITY

```
/VARIABLES=reliability1 reliability2 reliability3  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	3

*Responsiveness*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
respon1	12,33	3,816	,858	,813
respon2	12,23	4,254	,812	,827
respon3	12,23	5,289	,727	,861
respon4	11,90	6,093	,716	,883

RELIABILITY

```
/VARIABLES=respon1 respon2 respon3 respon4  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	4

### *Assurance*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
assurance1	12,27	4,409	,774	,825
assurance2	12,23	5,426	,805	,825
assurance3	12,13	5,016	,817	,810
assurance4	12,47	4,947	,604	,898

#### RELIABILITY

```

/VARIABLES=assurance1 assurance2 assurance3 assurance4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	4

### *Empathy*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
empathy1	26,23	39,564	,535	,949
empathy2	26,87	33,844	,759	,937
empathy3	27,03	33,275	,776	,936
empathy4	26,83	33,799	,823	,931
empathy5	26,87	34,395	,863	,929
empathy6	26,63	34,033	,890	,927
empathy7	26,53	34,533	,849	,930
empathy8	26,50	35,017	,858	,930

#### RELIABILITY

```

/VARIABLES=empathy1 empathy2 empathy3 empathy4 empathy5 empathy6 empathy7 empathy8
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,941	8

