

***IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA  
MASKAPAI LION AIR***

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Andra Fresta Agrun**  
**Nomor Mahasiswa : 07311325**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang : Manajemen Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2014**

***IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA  
MASKAPAI LION AIR***

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :**

**Nama : Andra Fresta Agrun  
Nomor Mahasiswa : 07311325  
Jurusan : Manajemen  
Bidang : Manajemen Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2014**

HALAMAN PENGESAHAN

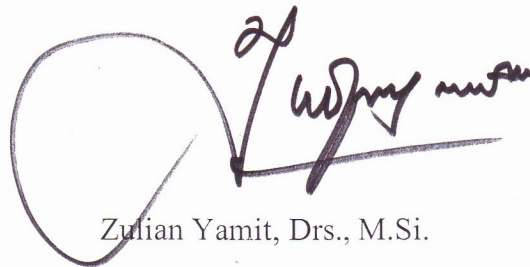
***IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA  
MASKAPAI LION AIR***

**Disusun oleh:**

**Nama : Andra Fresta Agrun**  
**Nomor Mahasiswa : 07311325**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasional**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pada Tanggal 26 Agustus 2014

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zulian Yamit', is written over a large, faint circular stamp or watermark.

Zulian Yamit, Drs., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA MASKAPAI LION AIR**

Disusun Oleh : **ANDRA PRESTA AGRUN**

Nomor Mahasiswa : **07311325**

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

Pada hari Senin, tanggal: 17 November 2014

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si



Penguji : Zaenal Mustafa E Q. Dr., MM

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

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

**Yogyakarta, 26 Agustus 2014**

**Penulis**

**Andra Fresta Agrun**

## MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (١)

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ (٢)

الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (٣)

مَالِكِ يَوْمِ الدِّينِ (٤)

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ (٥)

اهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ (٦)

صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ

وَلَا الضَّالِّينَ (٧)

QS. Al Faatihah 1-7

“Aku percaya Allah selalu sayang pada hamba-Nya..“

( Hamba-mu yang hina )

## **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini khusus kupersembahkan untuk kedua orang tuaku,  
yang sangat kucintai melebihi siapapun didunia ini.  
Terimakasih untuk segala yang telah kalian berikan dalam hidup  
ananda, begitu banyaknya hingga ananda pun tak mampu untuk  
menghitung apalagi untuk membalasnya.  
Ananda hanya mampu memohon kepada Allah, semoga  
kesemuanya itu menjadi amalan soleh yang akan  
menghantarkan kalian ke sorga di suatu saat nanti, amin.  
Ananda pun ingin sekali memohon maaf atas semua beban dan  
rasa kecewa yang selama ini ananda berikan, ananda hanya  
dapat berharap suatu saat nanti ananda dapat menebusnya  
dengan membuat kalian bahagia  
meskipun hanya dengan membuat kalian tersenyum dan tertawa.  
Dan ananda sangat bangga menjadi putra kalian.**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Importance-Performance Analisis pada Maskapai Lion Air”**.

Tahap demi tahap pembuatan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dorongan dari berbagai pihak pertama-tama dan secara khusus penulis sampaikan terimakasih kepada Bapak Zulian Yamit, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi dan juga selaku dosen akademik jurusan manajemen. “Terimakasih atas waktu, diskusi dan segala pengertiannya”. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk umatnya. Terimakasih atas kesehatan, kelancaran, dan petunjuk serta ridho yang telah Engkau berikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai guru didalam hidupku dan sebagai pemberi syafa'at di yaumul akhir nantinya, amin.

3. Bapak Dr. Agus Harjito, MSi. selaku Dekan Jurusan Manajemen Universitas Islam Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Sutrisno, M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Yogyakarta.
5. Seluruh staf Dosen dan staf karyawan UII, khususnya Jurusan Manajemen Universitas Islam Yogyakarta yang dengan sabar menghadapi mahasiswa-mahasiswa yang dalam “kebingungan” seperti saya.
6. Orangtuaku tercinta yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan do’a meskipun mungkin dalam keadaan kecewa.
7. Kakak-kakaku yang kusayangi, terimakasih untuk sayang meskipun semakin terasa jauh serta dorongan semangatnya. Jangan biarkan perbedaan menjadi sungai pemisah tetapi jadikan sebuah jembatan kokoh yang menyatukan kita!! Semoga kalian lebih baik dari pada aku, amin.
8. Sahabat-sahabatku, disaat bersama kalian waktu seakan berhenti untuk sementara, itulah saat dimana aku dapat melupakan sejenak semua rasa penat dikepalaku.
9. Seseorang yang selalu mengingatkan ku tentang kehidupan dan masa depan “my beloved-ana tiara”. Terimakasih untuk segalanya. *Mungkin disaat ini waktu dan keadaan belum berpihak kepada kita, tapi percayalah waktu tak henti berputar dan keadaan suatu saat pasti akan berubah.*
10. Keluarga besar Mayor, H. Supriadi M.H yang selalu ada dan siap membantuku disaat aku membutuhkan.
11. Keluarga besar Kapten, Daeng Sufri M.H untuk keluarganya.
12. Bapak Dian friesan M.Ag. yang selalu memberikan masukan-masukanya.

13. Keluarga besar Bapak H.Apriansyah M.Sn. serta Bapak Indra S.I.kom. yang telah memberiku inspirasi.
14. Keluarga besar Alm. Afrasim Arifudin S.I.P ( Bang kasim ), memberiku banyak segala semangat.
15. Abang-abangku Novin, Perli, Arif, Balada, Derik, Ucub, dan yang lainnya tidak mungkin ku sebutkan satu-persatu yang telah memberikan begitu banyak pelajaran tentang hidup.

Terimakasih.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, dan pembaca khususnya. Penulis menyadari betul bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Agustus 2014

Penulis

**Andra Fresta Agrun**  
07 3113 25

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1. Tinjauan Pustaka .....	8

2.2. Landasan Teori.....	12
--------------------------	----

**BAB III METODE PENELITIAN .....23**

3.1. Metode Penelitian.....	23
-----------------------------	----

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian .....	29
--	----

3.3. Metode Analisis Data .....	31
---------------------------------	----

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....33**

4.1. Deskripsi Responden .....	34
--------------------------------	----

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	36
--	----

4.3. Analisis Data .....	41
--------------------------	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....54**

5.1. Kesimpulan .....	54
-----------------------	----

5.2. Saran .....	55
------------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Interval Skala .....	28
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3. Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	35
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja.....	36
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan .....	38
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.8. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Reliability</i> .....	42
Tabel 4.9. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Responsive</i> .....	43
Tabel 4.10. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Assurance</i> .....	44
Tabel 4.11. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Empathy</i> .....	45
Tabel 4.12. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Tangibels</i> .....	45
Tabel 4.13. Tingkat Kesesuaian Item Dimensi Kinerja dengan Kepentingan.....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 4. Mean Variabel Kepentingan dan Kinerja

## ABSTRAK

### *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS* PADA MASKAPAI LION AIR

**Andra Fresta Agrun**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pelayanan jasa (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible*) Maskapai Lion Air, untuk mengetahui tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air, untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air, dan untuk mengetahui strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Bandar Udara Adi Sucipto, yang diteliti adalah penumpang Maskapai Lion Air. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Lion Air yang berjumlah 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis tingkat kinerja jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (kinerjanya dinilai belum baik oleh penumpang). Hasil analisis tingkat kepentingan pelayanan jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (belum sesuai dengan kepentingan penumpang). Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air atau penumpang di Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Maskapai Lion Air. Hasil analisis secara keseluruhan pelanggan Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai Lion Air. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yaitu dengan mempertahankan semua variabel dalam item yang belum sesuai, karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam item yang belum sesuai perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam item yang sudah sesuai dengan pertimbangan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada akan meningkat.

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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini, sebuah organisasi atau perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang. Globalisasi telah meningkatkan permintaan untuk jasa-jasa komunikasi, perjalanan, dan informasi. Ini didorong oleh perubahan-perubahan cepat yang dibawa oleh teknologi informasi baru. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat di tengah tingkat pendidikan masyarakat yang semakin naik dan kecanggihan teknologi yang berkembang pesat secara terus-menerus dan untuk dapat memenangkan persaingan, suatu organisasi atau perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan cara meningkatkan kualitas agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Tujuan utama sebuah organisasi atau perusahaan adalah mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mengurangi keluhan dari konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan organisasi atau perusahaan.

Perkembangan teknologi-teknologi ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian. Keadaan ini selain mempengaruhi keinginan masyarakat yang semakin kompleks dan bervariasi, juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan bidang usaha jasa, khususnya perusahaan

transportasi. Perusahaan jasa telah meningkat dalam kepentingannya selama dekade terakhir seiring dengan meningkatnya persaingan. Sepuluh tahun yang lalu persaingan relatif kurang penting bagi badan-badan usaha dalam bisnis jasa. Namun, daya saing telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan dalam hampir semua sektor jasa (Yu, Chang, dan Huang, 2006).

Keberadaan perusahaan jasa sangat penting bagi perkembangan perekonomian pada suatu negara sebagai salah satu sarana bagi kehidupan masyarakatnya. Adapun di dalam aktivitas perusahaan terdapat suatu kumpulan atau dapat dikatakan kerja sama antara faktor - faktor produksi untuk menciptakan barang dan jasa yang dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mencapai tingkat maksimal. Keuntungan itu bisa diperoleh salah satunya jika perusahaan tersebut ditangani oleh suatu manajemen yang bagus.

Dalam perusahaan jasa juga, pengelola jasa harus selalu berhadapan langsung dengan pemakai jasa, sehingga perusahaan jasa dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen dengan tetap mengutamakan mutu dan kualitas jasa yang diberikan. Karena mutu pelayanan dari suatu perusahaan melebihi pelayanan yang diharapkan, maka konsumen cenderung menggunakan penyedia jasa itu lagi, jadi kemampuan perusahaan jasa untuk mempertahankan konsumennya tergantung pada sejauh mana perusahaan itu menyampaikan nilai kepada konsumen mereka.

Kotler (1997) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Dalam hal ini pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah perusahaan transportasi. Dalam era pembangunan dimana tingkat perekonomian yang semakin meningkat, maka semakin banyak orang yang melakukan perjalanan baik untuk keperluan bisnis, pribadi, maupun wisata. Tingginya mobilitas masyarakat ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya adalah Maskapai Lion Air yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa transportasi umum dibidang penerbangan di Indonesia.

Sebagai sebuah perusahaan maskapai yang tugas utamanya melayani kepentingan umum, Maskapai Lion Air harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan semua bentuk pelayanannya misalnya dengan mementingkan keamanan dan kenyamanan penumpang, ketepatan dan kecepatan menuju tujuan, ataupun tersedianya fasilitas seperti kamar kecil, televisi dan sarana pendingin ruangan yang memadai. Sebagai salah satu penyumbang terbesar bagi pendapatan Maskapai Lion Air, Maskapai Lion Air harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga

diharapkan dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan Maskapai Lion Air akan membuat para penumpang merasa puas dan akhirnya membuat mereka selalu menggunakan pesawat udara, terutama kelas eksekutif sebagai sarana transportasi bila hendak melakukan perjalanan. Maskapai Lion Air dalam rangka memenuhi kepuasan dan keinginan para penumpang telah membagi kelas penerbangan kedalam dua kelas yaitu eksekutif dan ekonomi. Pembagian tersebut dilakukan untuk memenuhi aspirasi masyarakat yang mempunyai kemampuan finansial berbeda-beda.

Dalam studi Yu, Chang, dan Huang (2006) menggunakan lima dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa untuk mengetahui kepuasan konsumen dan untuk mengukur kepuasan pelanggan menggunakan item jamak. Kepuasan jasa yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., (dalam Tjiptono, 1997) yaitu (1) *reability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) *emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) *tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai. Menurut Boulding dan Fournel (Adreson, Fournell, dan Rust, 1997) kepuasan adalah keseluruhan evaluasi produk atau jasa perusahaan dari transaksi yang spesifik. Maskapai Lion Air termasuk

maskapai yang memiliki fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang sangat baik, jika dibandingkan dengan maskapai lainnya. Maskapai Lion Air adalah perusahaan penerbangan dengan jurusan berbagai wilayah di Indonesia (domestik) maupun internasional.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada Maskapai Lion Air dan bagaimanakah tingkat kepentingan Maskapai Lion Air dengan judul **"Importance-Performance Analisis pada Maskapai Lion Air"**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kinerja pelayanan jasa yang ditinjau dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* Maskapai Lion Air?
2. Bagaimanakah tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air?
3. Bagaimanakah tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air?
4. Bagaimanakah strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kinerja pelayanan jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*) Maskapai Lion Air.
2. Untuk mengetahui tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air.
3. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air.
4. Untuk mengetahui strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

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

2. Bagi perusahaan

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

### 3. Bagi pihak lain

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

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

##### **Tinjauan Penelitian Terdahulu**

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

Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan CDAS. Berdasarkan kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode IPA untuk menyelidiki kualitas pelayanan dari CDA. Kinerja keseluruhan dari subjek penelitian yang sangat baik. Beberapa layanan yang dianggap sangat penting bagi warga gagal memuaskan warga.

Dengan demikian, kualitas layanan yang diberikan adalah aspek penting bahwa CDA harus ditingkatkan segera. CDAS harus benar-benar meninjau aspek penting dari berbagai isu dan mengembangkan strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan penduduk.

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

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adisasmita (2012) dengan penelitiannya yang berjudul “*Passenger Perception on Airport Terminal Facilities Performance (Case Study: Soekarno-Hatta International Airport, Indonesia)*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 255 responden. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi penumpang terhadap kinerja, layanan level dan prospek pengembangan fasilitas terminal di bangunan terminal bandara. Metodologi yang digunakan dalam hal ini penelitian adalah Analisis *Importance-Performance* untuk menganalisis persepsi penumpang.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil *Importance-Performance* Analisis sebagai berikut: ruang tunggu dan makanan serta minuman yang prioritas untuk diperluas ; *counter* maskapai penerbangan *frontage/check-in* lobi dan inspeksi (lobi dan *ticketing*), dan ruang keberangkatan berada dalam kondisi baik, tetapi harus dipertahankan, Bagasi daerah inspeksi ditunjukkan mempengaruhi kepuasan pengguna jasa, dan maskapai penerbangan tiket kantor, mendukung layanan, dan *concourse* tidak mempengaruhi bunga/kepuasan pengguna jasa. saran adalah : keputusan untuk memperluas area terminal bandara harus digunakan sebagai alternatif kedua, sebelum memutuskan memperluas daerah ini, lebih baik untuk mengelola lalu lintas (penumpang dan arus pesawat) dan jadwal/frekuensi penerbangan sehingga diharapkan lalu lintas harus dalam terdistribusi lebih merata, dan harus meningkatkan sumber daya manusia manajemen Bandara Soekarno-Hatta dalam hal pelayanan kepada penumpang, dan mengelola fasilitas entertainmnet di bangunan terminal bandara secara efektif dan efisiensi berdasarkan kebutuhan standar ruang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yeung, *et al.*, (2012) dengan penelitiannya yang berjudul “*An Importance–Performance Analysis of Low Cost Carriers in Asia*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menyelidiki tingkat kepentingan dan kinerja dari 11 atribut untuk penerbangan jarak pendek dan jarak jauh operator murah di Asia. Hasil menemukan bahwa tiket pesawat dan persepsi keamanan yang dianggap sebagai atribut yang paling berharga untuk *Low*

*Cost Carrier* (LCC) jarak pendek dan LCC jarak jauh. Analisis *importance-performance* juga mengungkapkan bahwa LCC harus mempertahankan kinerja yang baik dalam bidang-bidang seperti jadwal, persepsi keamanan, tiket pesawat, dan ketepatan waktu. Hal ini juga menemukan bahwa lebih banyak upaya harus dikhususkan dalam meluruskan kesalah pahaman murah, berkualitas rendah dan memperkuat citra murah, kualitas tinggi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Made dkk., (2012) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pas Bandara Internasional Ngurah Rai dengan Menggunakan Model Servqual”. Izin kepada seseorang untuk dapat masuk ke daerah terbatas di Bandar Udara Ngurah Rai yang disebut dengan Pas Bandara dapat diberikan sesuai dengan tugas dan kegiatan seseorang di bandara. Pelayanan izin masih terdapat kekecewaan dan keluhan dari pihak pemohon seperti lamanya penyelesaian Pas dan pelayanan petugas pada saat permohonan. Harapan dan persepsi pemohon Pas yang berbeda-beda tersebut harus tetap dalam koridor peraturan dan mengutamakan keamanan di bandara.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Pas Bandara di Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah IV dengan model SERVQUAL (*Service Quality*). Model ini membandingkan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*Expected Service*) yang terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu *Tangibles* (bukti

fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (perhatian).

Dengan menggunakan model tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan Pas di Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah IV masih kurang dari harapan para pemohon dan dimensi yang paling penting untuk ditingkatkan adalah *Responsiveness* (ketanggapan). Gap/kesenjangan antara persepsi dan harapan sebagai berikut: *Responsiveness* (-0,2240), *Assurance* (-0,2171), *Reliability* (-0,2099), *Tangibles* (-0,1994), dan *Empathy* (-0,1373).

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta baik dan penumpang merasa puas serta kualitas pelayanan maskapai penerbangan *low cost carrier* dan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta.

## **2.2. Landasan Teori**

### **1. Manajemen Operasional Perusahaan Jasa**

Dalam melaksanakan produktivitas (kinerja) suatu perusahaan, diperlukan suatu manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produktivitas (kinerja) yang dikenal sebagai manajemen produktivitas (kinerja) atau manajemen operasi. Melalui kegiatan operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang

dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan (Yamit, 2001). Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa sering dikenal sebagai kegiatan mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), hal tersebut tidak dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, dengan demikian dibutuhkan kegiatan manajemen Yamit (1998).

Kegiatan manajemen ini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor produktivitas (kinerja) yang berupa *money, man, machine, method, market*, dan *management*. Semua ini saling terkait dan dapat meningkatkan kegunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien, serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pengetahuan yang baik tentang manajemen operasi perlu dimiliki oleh semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produktivitas (kinerja). Dalam kegiatannya manajemen operasi tidak hanya menyangkut *manufacturing* berbagai barang, tetapi juga berkaitan dengan produktivitas (kinerja) jasa (pelayanan). **Dalam organisasi yang tidak menghasilkan produk atau jasa secara fisik, banyak juga organisasi-organisasi yang menyediakan berbagai bentuk produk atau jasa usaha dalam bidang jasa, misalnya**

**bisnis perhotelan, perbankan, asuransi, ataupun perusahaan transportasi.**

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

Menurut suyadi prawiro sentono, oprasional adalah suatu disiplin ilmu dan profesi yang mempelajari secara praktis tentang proses perencanaan (*process of planning*), mendesain produk (*production system*) untuk mencapai tujuan instansi perusahaan. Menurut murdifin haming, dan mahfudz nurnajamuddin, operasional berasal dari kata operasi yang berarti proses atau tindakan tertentu yang menjadi unsur dari sejumlah kegiatan untuk menghasilkan sesuatu yang menjadi tujuan instansi perusahaan.

Operasional berasal dari kata operasi yang berarti proses, cara ataupun suatu untuk menjalankan suatu aktivitas yang diberkaitan dengan metode ataupun sistem yang telah ada atau telah berbentuk dalam sebuah instansi.

Oprasional mempunyai arti yang luas dan banyak persepsi atau pandangan mengenai oprasional.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen oprasional kegiatan yang berhubungan dengan proses manajemen (*planning, organizing, actuating, controlling*) dan pengendalian kegiatan organisasi yang berhubungan dengan proses pengolahan masukan menjadi pengeluaran (*input menjadi output*) dengan nilai, tujuan atau keuntungan yang besar.

Manajemen operasi adalah semua usaha yang mengkoordinasikan dan memanfaatkan sumber daya atau faktor-faktor produktivitas (kinerja) seperti bahan mentah, tenaga kerja, energi, modal dan informasi yang ada dan dimiliki oleh perusahaan. Kemudian melalui proses transformasi, masukan-masukan atau input-input diubah menjadi output yaitu berupa produk barang atau jasa, serta suatu pengambilan keputusan mengenai pengelolaan yang optimal dengan penggunaan faktor-faktor produktivitas (kinerja) dalam proses transformasi input menjadi output atau jasa yang ditentukan oleh organisasi (Resohadiprodjo dan Indriyo, 1997).

## **2. SERVQUAL**

Yu, Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Menurut Yu, Chang dan Huang (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu SERVQUAL, SERVPERF, dan Non-Difference. Dalam studi

Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

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

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

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

manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis atau dekat, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang produk atau jasa tersebut atau terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan, sebab akan menimbulkan hubungan sebab-akibat dengan bertambahnya tingkat keuntungan atau laba perusahaan.

### **3. Teori *Importance-Performance Analysis***

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

*Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X

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

#### **4. Teori Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2002:37) yang dimaksud kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya dengan kinerja (atau hasil) dan harapan-harapannya, sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988:41) kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian produk bersangkutan. Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan.

Menurut Gasperz (1997:69) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (2005:71) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah

tingkat perasan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Chang dan Huang (2006:74), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Yu, Chang dan Huang (2006:74) mengungkapkan bahwa secara umum ada dua metode :

- (1) Item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah konsumen menggunakan produk-produk dengan item kepuasan tunggal.
- (2) Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 1997:43).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepepuasan pelanggan berarti akan

diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat. Menurut Day (dalam Tjiptono, 1995) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman.

Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

##### **1) Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Bandar Udara Adi Sucipto, yang diteliti adalah penumpang Maskapai Lion Air.

##### **2) Responen Penelitian**

Responden penelitian ini adalah sebagian penumpang di Maskapai Lion Air.

##### **3) Populasi dan Sampel**

###### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:73). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Maskapai Lion Air yang telah menggunakan jasa Maskapai Lion Air minimal 3 kali.

###### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:73). Dalam penelitian ini sampel yang di ambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Lion Air.

#### **4) Teknik Pengambilan Sampel**

Setiap penumpang pada dasarnya memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, namun karena saat pengambilan sudah ditetapkan waktunya, maka mereka yang menggunakan jasa pada saat penelitian, inilah yang digunakan sebagai sampel, sehingga metode pengambilan sampel penumpang Maskapai Lion Air termasuk kategori *non probability sampling*. Penggunaan *non probability sampling* ini dikarenakan tiap-tiap elemen dalam populasi tidak diketahui peluangnya untuk dapat dijadikan sampel dan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Rahayu, 2005:45) yaitu responden atau konsumen yang menggunakan jasa Maskapai Lion Air.

#### **5) Besarnya Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:73). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen yang menggunakan jasa Maskapai Lion Air. Jumlah sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel alam penelitian ini diambil 100 orang responden. Pengambilan 100 orang dinilai sudah dapat mewakili responden, karena berdasarkan distribusi normal, sampel 30 atau jumlah di atasnya sudah layak untuk menggambarkan populasi dan analisis. Sampel didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden (penumpang Maskapai Lion Air) di lokasi penelitian yaitu di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta.

## **6) Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Jenis Data**

#### **1). Data Primer**

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

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

#### **2). Data Sekunder**

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

### **b. Teknik Pengumpulan Data**

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

## **7) Definisi Operasional Variabel**

Yu, Chang, dan Huang (2006) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Yu, Chang, dan Huang (2006)

mengungkapkan untuk menilai kualitas jasa dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen :

1). Keandalan (*Reliability*)

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

2). Tanggapan (*Responsiveness*)

- Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen
- Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang
- Petugas kereta api memberikan informasi yang lengkap pada penumpang

3). Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya
- Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang
- Bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang

4). Empati (*Empaty*)

- Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
- Pelayanan yang ramah dan sopan
- Petugas kereta api memberikan kesan yang baik kepada penumpang

5). Berwujud (*Tangible*)

- Kebersihan gerbang
- Kerapian penampilan karyawan
- Tersedianya fasilitas AC, dan TV yang baik.
- Maskapai memiliki halaman/ruangan yang luas.
- Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.
- Bandara/maskapai memiliki tempat parkir yang luas.

**8) Pengukuran Variabel dengan Skala Likert**

Menurut Sugiyono (2008), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2008:79), instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Berikut ini kategori-kategori dari Skala Likert :

Kategori :

SS = Sangat Setuju dengan skor = 4

S = Setuju dengan skor = 3

TS = Tidak Setuju dengan skor = 2

STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor = 1

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

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

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

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Interval Skala**

<b>Interval</b>	<b>Keterangan</b>
1,00 s/d 1,74	Sangat Rendah
1,75 s/d 2,49	Rendah
2,50 s/d 3,24	Tinggi
3,25 s/d 4,00	Sangat Tinggi

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

### 3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005 : 268). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden, sehingga derajat keyakinan digunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai  $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,361$ , maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 268):

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

Keterangan:

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

N = jumlah responden yang diuji coba

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

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

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

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Rahayu, 2005 : 273). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005 : 269). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai  $r_{\alpha} > 0,60$ . Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 13.00*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 269).

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

Keterangan:

$\alpha$  = *Cronbach Alpha*

$b$  = Banyaknya butir angket

$V_t$  = Varian skor total

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

### **3.3. Metode Analisis Data**

#### **1. Analisis Deskripsi Variabel**

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

#### **2. Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)**

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

*Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

*Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X

dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kinerja) lebih besar atau sama besar dari Y (kepentingan) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TK<sub>i</sub> = Tingkat kesesuaian responden.

X<sub>i</sub> = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Y<sub>i</sub> = Skor penilaian kepentingan konsumen.

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

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

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

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

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

Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan analisis hasil penelitian mengenai ”*Importance-Performance Analysis* pada Maskapai Lion Air”. Pembahasan analisis hasil penelitian ini dimulai dari karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian) dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu analisis tingkat kesesuaian antara Kinerja dengan kepentingan.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu Penumpang Maskapai Lion Air. Dalam penelitian ini disebarakan 100 kuesioner pada 100 responden. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, jadi respon *rate*-nya sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*). Untuk selanjutnya dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00*.

#### 4.1. Deskripsi Responden

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

##### 4.1.1. Jenis Kelamin

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

**Tabel 4.2**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	61	61,0%
2	Wanita	39	39,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah pria sebanyak 61 responden atau 61,0% dan Wanita sebanyak 39 responden atau 39,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Penumpang Maskapai Lion Air lebih banyak dari jenis kelamin pria yang ditemui pada saat penelitian.

##### 4.1.2. Pendidikan

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

**Tabel 4.3**

**Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	2	2,0%
2	SMA	13	13,0%
3	D3	2	2,0%
4	S1	72	72,0%
5	S2	8	8,0%
6	S3	3	3,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan Perguruan Tinggi (S1) sebanyak 72 responden atau 72,0% dan sebagian kecil berpendidikan SMP sebanyak 2 responden atau 2,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan Penumpang Maskapai Lion Air kebanyakan berpendidikan tinggi.

#### 4.1.3. Pekerjaan

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

**Tabel 4.4**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Dosen	3	3,0%
2	Mahasiswa	58	58,0%
3	Pelajar	4	4,0%
4	Swasta	26	26,0%
5	Wiraswasta	4	4,0%
6	Wirausaha	5	5,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar bekerja sebagai Mahasiswa sebanyak 58 responden atau 58,0% dan sebagian kecil bekerja sebagai Dosen sebanyak 3 responden atau 3,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan, Penumpang Maskapai Lion Air didominasi oleh Mahasiswa.

#### **4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian**

Berikut ini hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian:

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja**

Item	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
X1.1	0,231	0,195	Valid

X1.2	0,293	0,195	Valid
X1.3	0,656	0,195	Valid
X1.4	0,574	0,195	Valid
X1.5	0,675	0,195	Valid
X1.6	0,438	0,195	Valid
X1.7	0,608	0,195	Valid
X1.8	0,507	0,195	Valid
X1.9	0,389	0,195	Valid
X1.10	0,577	0,195	Valid
X1.11	0,549	0,195	Valid
X2.1	0,320	0,195	Valid
X2.2	0,583	0,195	Valid
X2.3	0,675	0,195	Valid
X3.1	0,627	0,195	Valid
X3.2	0,779	0,195	Valid
X3.3	0,590	0,195	Valid
X3.4	0,419	0,195	Valid
X3.5	0,222	0,195	Valid
X3.6	0,356	0,195	Valid
X4.1	0,441	0,195	Valid
X4.2	0,703	0,195	Valid
X4.3	0,754	0,195	Valid

X5.1	0,456	0,195	Valid
X5.2	0,782	0,195	Valid
X5.3	0,654	0,195	Valid
X5.4	0,352	0,195	Valid
X5.5	0,400	0,195	Valid
X5.6	0,458	0,195	Valid
X5.7	0,494	0,195	Valid
X5.8	0,613	0,195	Valid
X5.9	0,447	0,195	Valid
X5.10	0,413	0,195	Valid
X5.11	0,217	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

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

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan**

Item	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Y1.1	0,405	0,195	Valid
Y1.2	0,397	0,195	Valid
Y1.3	0,329	0,195	Valid
Y1.4	0,509	0,195	Valid

Y1.5	0,487	0,195	Valid
Y1.6	0,568	0,195	Valid
Y1.7	0,471	0,195	Valid
Y1.8	0,554	0,195	Valid
Y1.9	0,529	0,195	Valid
Y1.10	0,234	0,195	Valid
Y1.11	0,619	0,195	Valid
Y2.1	0,438	0,195	Valid
Y2.2	0,816	0,195	Valid
Y2.3	0,514	0,195	Valid
Y3.1	0,538	0,195	Valid
Y3.2	0,577	0,195	Valid
Y3.3	0,421	0,195	Valid
Y3.4	0,486	0,195	Valid
Y3.5	0,484	0,195	Valid
Y3.6	0,507	0,195	Valid
Y4.1	0,733	0,195	Valid
Y4.2	0,576	0,195	Valid
Y4.3	0,842	0,195	Valid
Y5.1	0,621	0,195	Valid
Y5.2	0,512	0,195	Valid
Y5.3	0,387	0,195	Valid

Y5.4	0,259	0,195	Valid
Y5.5	0,461	0,195	Valid
Y5.6	0,489	0,195	Valid
Y5.7	0,522	0,195	Valid
Y5.8	0,747	0,195	Valid
Y5.9	0,609	0,195	Valid
Y5.10	0,578	0,195	Valid
Y5.11	0,541	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

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

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Indikator Kinerja</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Reliability</i>	0,827	0,60	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,699	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,759	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,783	0,60	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,805	0,60	Reliabel
<b>Indikator Kepentingan</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Reliability</i>	0,802	0,60	Reliabel

<i>Responsive</i>	0,747	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,722	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,830	0,60	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,838	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

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

### 4.3. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Maskapai Lion Air dan apa dimensi kualitas pelayanan yang memiliki kinerja tinggi dan memerlukan perbaikan. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

#### 1. Analisis Deskripsi pada Variabel Kinerja dan Kepentingan

Kriteria :  $\text{Kepentingan} > \text{Kinerja} = \text{Tidak Puas}$

$\text{Kepentingan} = \text{Kinerja} = \text{Puas}$

$\text{Kepentingan} < \text{Kinerja} = \text{Sangat Puas}$

Berikut ini hasil perhitungannya (Latu and Everett, 2000) :

**Tabel 4.8****Penilaian Responden terhadap Dimensi *Reliability***

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	2,40	3,74	KP > Kinerja	Tidak Puas
2	2,51	3,78	KP > Kinerja	Tidak Puas
3	2,85	3,61	KP > Kinerja	Tidak Puas
4	2,65	3,23	KP > Kinerja	Tidak Puas
5	3,07	3,18	KP > Kinerja	Tidak Puas
6	3,24	2,94	KP < Kinerja	Sangat Puas
7	3,07	2,85	KP < Kinerja	Sangat Puas
8	3,12	3,02	KP < Kinerja	Sangat Puas
9	3,21	3,09	KP < Kinerja	Sangat Puas
10	3,46	3,57	KP > Kinerja	Tidak Puas
11	3,39	3,52	KP > Kinerja	Tidak Puas
Rata-rata	3,00	3,32	KP > Kinerja	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *reliability* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai Lion Air, Tidak Puas (3,00 dan 3,32). Hal ini menunjukkan bahwa bandara keberangkatannya selalu tepat waktu, bandara selalu tepat waktu sampai ditujuan, pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu, sebuah bandara didekorasi sesuai dengan budaya lokal dari kota di mana ia berada, harus ada sarana otomatis untuk

memperoleh informasi tentang atraksi lokal di bandara, kesempatan untuk menikmati masakan lokal harus tersedia di bandara, gerai ritel dikenal secara nasional harus tersedia di bandara, sebuah bandara harus memiliki pusat bisnis, menyediakan komputer pribadi, telepon, dan perbaikan, karyawan di bandara harus berpakaian rapi, dan harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang hotel lokal di bandara.

**Tabel 4.9**

**Penilaian Responden terhadap Dimensi *Responsive***

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,39	3,55	KP < Kinerja	Sangat Puas
2	3,45	3,68	KP < Kinerja	Sangat Puas
3	3,43	3,75	KP < Kinerja	Sangat Puas
Rata-rata	3,42	3,66	KP < Kinerja	Sangat Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *responsive* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai Lion Air, Sangat Puas (3,42 dan 3,66). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan bandara harus menunjukkan minat dalam memecahkan masalah responden, karyawan bandara dengan sigap melayani keluhan pelanggan, dan petugas bandara memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.

**Tabel 4.10****Penilaian Responden terhadap Dimensi Assurance**

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,27	3,91	KP > Kinerja	Tidak Puas
2	2,88	3,90	KP > Kinerja	Tidak Puas
3	3,17	3,94	KP > Kinerja	Tidak Puas
4	3,14	2,99	KP < Kinerja	Sangat Puas
5	3,00	3,24	KP > Kinerja	Tidak Puas
6	3,35	3,65	KP > Kinerja	Tidak Puas
Rata-rata	3,13	3,61	KP > Kinerja	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *assurance* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai Lion Air, Tidak Puas (3,13 dan 3,61). Hal ini menunjukkan bahwa keamanan di bandara terjamin, bandara menjamin ketepatan jadwal keberangkatan dengan menampilkan informasi penerbangan lainnya dalam terminal, bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang, berbagai pilihan makanan harus tersedia di bandara, harus bisa berjalan ke tempat parkir dari terminal di bandara, dan terminal bandara harus dirancang sedemikian rupa sehingga antrian dapat diminimalkan.

**Tabel 4.11**

**Penilaian Responden terhadap Dimensi *Empathy***

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,05	3,75	KP > Kinerja	Tidak Puas
2	3,19	3,91	KP > Kinerja	Tidak Puas
3	3,16	3,77	KP > Kinerja	Tidak Puas
Rata-rata	3,13	3,81	KP > Kinerja	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *emphathy* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai Lion Air, Tidak Puas (3,13 dan 3,81). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tempat Maskapai Lion Air menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum kepada pelanggan, pelayanannya ramah dan sopan, dan petugas Maskapai Lion Air memberikan kesan yang baik kepada penumpang.

**Tabel 4.12**

**Penilaian Responden terhadap Dimensi *Tangibels***

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,28	3,59	KP > Kinerja	Tidak Puas
2	3,53	3,48	KP < Kinerja	Sangat Puas
3	2,99	2,77	KP < Kinerja	Sangat Puas
4	3,23	3,74	KP > Kinerja	Tidak Puas

5	3,10	2,94	KP < Kinerja	Sangat Puas
6	3,21	3,24	KP > Kinerja	Tidak Puas
7	3,06	3,33	KP > Kinerja	Tidak Puas
8	3,41	3,62	KP > Kinerja	Tidak Puas
9	3,28	3,31	KP > Kinerja	Tidak Puas
10	2,89	2,80	KP < Kinerja	Sangat Puas
11	3,01	2,91	KP < Kinerja	Sangat Puas
Rata-rata	3,18	3,25	KP > Kinerja	Tidak Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *tangible* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Maskapai Lion Air, Tidak Puas (3,18 dan 3,25). Hal ini menunjukkan bahwa layout fisik sebuah bandara harus membuatnya mudah bagi penumpang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (yaitu restoran, toilet, pintu gerbang, dll), responden berharap tidak perlu berjalan jauh untuk mendapatkan atau masuk ke terminal bandara, bandara menyediakan Fasilitas konferensi tersedia untuk responden di bandara sehingga responden dapat melakukan pertemuan, fasilitas untuk melakukan ibadah tersedia, sehingga responden dapat melakukan ibadah sewaktu-waktu, sebuah bandara harus menampilkan seni, sebuah bandara harus memiliki area yang tenang untuk tidur siang, membaca, atau melakukan bisnis, layanan perbankan harus tersedia di bandara, berbagai pilihan transportasi darat ke kota terdekat harus tersedia, fasilitas bandara

dan fasilitas (restoran, toilet, dan toko-toko) harus berlokasi dekat gerbang dan di setiap terminal, area bermain anak-anak harus tersedia di terminal bandara, dan sebuah bandara harus menawarkan layanan seperti bilik pijat, salon, dan *lounge*.

## **2. Analisis Kuantitatif Hubungan antara Kinerja dengan Kepentingan Analisis Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja terhadap Kepentingan**

Dari 100 responden Penumpang Maskapai Lion Air yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* telah diperoleh jawaban tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air. Adapun kriteria dan hasil penelitian yang diperoleh dari masing-masing dimensi atau tingkat kesesuaian pada dimensi kinerja dengan kepentingan adalah sebagai berikut :

Kriteria : Sangat Sesuai jika tingkat kesesuaian  $> 100\%$

Sesuai jika tingkat kesesuaian = 100%

Tidak sesuai jika tingkat kesesuaian  $< 100\%$

**Tabel 4.13****Tingkat Kesesuaian Item dan Dimensi Kinerja dengan Kepentingan**

<b>Item/Dimensi</b>	<b>Kinerja(X)</b>	<b>Kepentingan(Y)</b>	<b>Tingkat Kesesuaian(%)</b>
<i>Reliability</i>			
1	2,40	3,74	64 (Tidak Sesuai)
2	2,51	3,78	66 (Tidak Sesuai)
3	2,85	3,61	79 (Tidak Sesuai)
4	2,65	3,23	82 (Tidak Sesuai)
5	3,07	3,18	97 (Tidak Sesuai)
6	3,24	2,94	110 (Sesuai)
7	3,07	2,85	108 (Sesuai)
8	3,12	3,02	103 (Sesuai)
9	3,21	3,09	104 (Sesuai)
10	3,46	3,57	97 (Tidak Sesuai)
11	3,39	3,52	96 (Tidak Sesuai)
Mean	3,00	3,32	90 (Tidak Sesuai)
<i>Responsive</i>			
12	3,39	3,55	95 (Tidak Sesuai)
13	3,45	3,68	94 (Tidak Sesuai)
14	3,43	3,75	91 (Tidak Sesuai)
Mean	3,42	3,66	93 (Tidak Sesuai)

<i>Assurance</i>			
15	3,27	3,91	84 (Tidak Sesuai)
16	2,88	3,90	74 (Tidak Sesuai)
17	3,17	3,94	80 (Tidak Sesuai)
18	3,14	2,99	105 (Sesuai)
19	3,00	3,24	93 (Tidak Sesuai)
20	3,35	3,65	92 (Tidak Sesuai)
Mean	3,13	3,61	87 (Tidak Sesuai)
<i>Emphathy</i>			
21	3,05	3,75	81 (Tidak Sesuai)
22	3,19	3,91	82 (Tidak Sesuai)
23	3,16	3,77	84 (Tidak Sesuai)
Mean	3,13	3,81	82 (Tidak Sesuai)
<i>Tangible</i>			
24	3,28	3,59	91 (Tidak Sesuai)
25	3,53	3,48	101 (Sesuai)
26	2,99	2,77	108 (Sesuai)
27	3,23	3,74	86 (Tidak Sesuai)
28	3,10	2,94	105 (Sesuai)
29	3,21	3,24	99 (Tidak Sesuai)
30	3,06	3,33	92 (Tidak Sesuai)
31	3,41	3,62	94 (Tidak Sesuai)

32	3,28	3,31	99 (Tidak Sesuai)
33	2,89	2,80	103 (Sesuai)
34	3,01	2,91	103 (Sesuai)
Mean	3,18	3,25	98 (Tidak Sesuai)
Means	3,13	3,42	92 (Tidak Sesuai)

Sumber : Data Primer Diolah, 2014.

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

Secara rata-rata tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air belum memiliki kesesuaian dalam arti bahwa

pengelolaan kualitas pelayanan Maskapai Lion Air dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air.

Pada item bandara keberangkatannya selalu tepat waktu, harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang atraksi lokal sama sekali bandara, sebuah bandara harus memiliki pusat bisnis, karyawan bandara harus menunjukkan minat dalam memecahkan masalah responden, petugas bandara memberikan informasi yang lengkap pada penumpang, bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang, karyawan bandara menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum kepada pelanggan, petugas bandara memberikan kesan yang baik kepada penumpang, layout fisik sebuah bandara harus membuatnya mudah bagi penumpang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (yaitu restoran, toilet, pintu gerbang, dll), fasilitas untuk melakukan ibadah tersedia, sehingga responden dapat melakukan ibadah sewaktu-waktu, sebuah bandara harus memiliki area yang tenang untuk tidur siang, membaca, atau melakukan bisnis, dan berbagai pilihan transportasi darat ke kota terdekat harus tersedia.

Pada item bandara selalu tepat waktu sampai ditujuan, menyediakan komputer pribadi, telepon, dan perbaikan, kesempatan untuk menikmati masakan lokal harus tersedia di bandara, keamanan di bandara terjamin, berbagai pilihan makanan harus tersedia di bandara, dan area bermain anak-anak harus tersedia di terminal bandara. Pada item pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu, gerai ritel dikenal secara nasional harus

tersedia di bandara, karyawan di bandara harus berpakaian rapi, karyawan bandara dengan sigap melayani keluhan pelanggan, dan sebuah bandara harus menampilkan seni.

Dalam item sebuah bandara didekorasi sesuai dengan budaya lokal dari kota di mana ia berada, harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang hotel lokal di bandara, bandara menjamin ketepatan jadwal keberangkatan dengan menampilkan informasi penerbangan lainnya dalam terminal, harus bisa berjalan ke tempat parkir dari terminal di bandara, pelayanannya ramah dan sopan, bandara menyediakan Fasilitas konferensi tersedia untuk responden di bandara sehingga responden dapat melakukan pertemuan, fasilitas bandara dan fasilitas (restoran, toilet, dan toko-toko) harus berlokasi dekat gerbang dan di setiap terminal, dan sebuah bandara harus menawarkan layanan seperti bilik pijat, salon, dan *lounge*.

Pihak Maskapai Lion Air belum memprioritaskan indikator-indikator yang belum sesuai dan untuk dipertahankan prestasinya pada item bahwa Penumpang Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan pihak Maskapai Lion Air. Dengan demikian pihak Maskapai Lion Air tidak hanya mempertahankan prestasinya, tetapi juga harus meningkatkan lagi nilai yang terkandung dalam indikator-indikator menjadi optimal sehingga kepuasan Penumpang Maskapai Lion Air juga bisa dioptimalkan. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai Lion Air dalam memberikan pelayanannya kepada Penumpang Maskapai Lion Air belum baik dan Penumpang Maskapai Lion Air belum merasa puas.

Bahwa meskipun pihak Maskapai Lion Air menganggap bahwa indikator tersebut sebagai suatu item yang harus dikelola dengan prioritas rendah akan tetapi pengelolaan atas butir tersebut belum optimal. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai Lion Air dinilai belum memberikan rasa puas bagi Penumpang Maskapai Lion Air dengan Kinerja yang diberikan.

Dari hasil tersebut bahwa Penumpang Maskapai Lion Air dianggap belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai Lion Air melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator yang sudah sesuai untuk menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai Lion Air dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai Lion Air (92% atau Tidak Sesuai).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran ini merupakan hasil dari penelitian untuk menganalisis ”*Importance-Performance Analisis* pada Maskapai Lion Air”. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran akan diuraikan sebagai berikut :

#### 5.1. Kesimpulan

- 1) Hasil analisis tingkat kinerja jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (kinerjanya dinilai belum baik oleh penumpang).
- 2) Hasil analisis tingkat kepentingan pelayanan jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (belum sesuai dengan kepentingan penumpang).
- 3) Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air atau penumpang di Maskapai Lion Air

belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Maskapai Lion Air.

- 4) Hasil analisis secara keseluruhan pelanggan Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai Lion Air. Oleh karena itu diperlukan suatu **strategi** yaitu dengan mempertahankan semua variabel dalam item yang belum sesuai, karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam item yang belum sesuai perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam item yang sudah sesuai dengan pertimbangan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada akan meningkat.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di mana tingkat kepuasannya rendah, maka dapat diberikan saran pada Maskapai Lion Air untuk memaksimalkan dimensi yang tingkat kepuasan tersebut, yaitu :

1. Disarankan Maskapai Lion Air memprioritaskan aspek Maskapai Lion Air yaitu tepat waktu sampai ditujuan, pengetahuan dan kecakapan karyawan Maskapai Lion Air dalam setiap bidangnya, dan karyawan Maskapai Lion Air berpenampilan rapi dengan tujuan agar konsumen

merasa puas dan menjadi lebih loyal. Dengan demikian, maka Maskapai Lion Air dapat mampu memberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan Maskapai Lion Air atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh Maskapai Lion Air.

2. Disarankan Maskapai Lion Air mempertahankan aspek Maskapai Lion Air yaitu keberangkatannya tepat waktu, karyawan Maskapai Lion Air menanggapi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang diinginkan, petugas Maskapai Lion Air memberikan informasi yang lengkap pada penumpang, bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang, karyawan tempat Maskapai Lion Air menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum kepada pelanggan, pelayanannya ramah dan sopan, dan petugas Maskapai Lion Air memberikan kesan yang baik kepada penumpang. Dengan demikian, maka Maskapai Lion Air dapat mampu memberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan Maskapai Lion Air atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh Maskapai Lion Air.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Sakti Adji, 2012, Passenger Perception on Airport Terminal Facilities Performance (Case Study: Soekarno-Hatta International Airport, Indonesia). *International Journal of Engineering & Technology IJET-IJENS*, Vol: 12 No: 02.
- Andreson, EW, dan Fournell. 1997. Sebuah Kepuasan Pelanggan Prospektus Research. Dalam RT Rust dan RL Oliver (eds.) *Journal*.
- Cuang-His Yu, Hsiu-Chen Chang, dan Gow-Liang Huang, 2006, "A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry, *The Journal of Academy of Business*, Cambridge\* Vol. 9 \*Num.1.
- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fandy, Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-1, Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gaspersz, V. 1997a. *MANAJEMEN KUALITAS DALAM INDUSTRI JASA*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Han-Cen, Huang, 2013, Measuring the Service Quality of Community Development Associations Using Importance-Performance Analysis, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X. Volume 8, Issue 5 (Mar. - Apr. 2013), PP 59-63.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, Alih Bahasa Teguh, Hendra, dkk., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Satu, Jakarta : Prenhallindo.

\_\_\_\_\_, Alih Bahasa Teguh, dkk., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Dua, Jakarta : Prenhalindo.

Latu,T.M, Everett,A.M.(2000). *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, Departement of Conservation, Wellington, New Zealand.

Magal, Simha R. dan Levenburg, Nancy M. (2005)‘Using importance performance analysis to evaluate e-business strategies among small businesses’, *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Science*.

Majid, Muhammad, 2011, Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier* dan Kepuasan Penumpang Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Penumpang di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta), *Tesis*, Program Pascasarjana Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Martilla, dan James, J.C., (1977), Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing* 41, 13-17

Murdifin Haming, dan Mahfudz Nurnajamudidin, *Manajemen Produksi Modern “ Operasi Manufaktur dan Jasa ”*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal. 17.

Nasution, M.N., 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total QualityManagement)* Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.

Prawiro Sentono, Suryadi. *Manajemen oprasi analisis dan Study Kasus*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.

Resohadiprodo, Sukanto dan Indriyo Gitosudarmo, 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Rosady Ruslan, 2004, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Singgih Santoso, 2005, *Menguasai Statistik di Era Informasi*, PT. Elek Media Komputindo, Jakarta.

Sri Rahayu, 2005, *SPSS Versi 12.00, Dalam Riset Pemasaran*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Tse. O.K., dan P. e. Wilton. 1988. "Models of Consumer Satisfaction Formation: AnExtention". *Journal of Marketing Research*. Vol. 25. May.

Yamit, Zulian, 1998. *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta : Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.

\_\_\_\_\_, 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.

## Lampiran 1 : K U E S I O N E R

---

**Yth. Responden**

**Pelanggan Maskapai Lion Air**

**Di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta**

**Dengan Hormat,**

Dengan segala kerendahan hati perkenankanlah saya pada kesempatan ini, memohon kepada Bpk/Ibu/Sdr/i agar bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan yang saya ajukan seperti terlampir dalam kuesioner ini.

Perlu anda ketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah semata-mata untuk tujuan ilmiah, dimana pendapat Bpk/Ibu/Sdr/i dijamin kerahasiaannya dan akan saya pergunakan dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul ***"Importance-Performance Analisis pada Maskapai Lion Air"***.

Akhir kata, atas segala bantuan Bpk/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

**Andra Fresta Agrun**

### A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Pria/Wanita (coret yang tidak perlu)
2. Nama : .....(boleh diisi atau tidak)
3. Alamat :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

### B. Petunjuk Pengisian:

Dibawah ini terdapat butir-butir pertanyaan. Saudara dimohon untuk memilih salah satu diantara empat alternatif jawaban yang telah disediakan dengan memberi tanda silang (x) pada singkatan yang tersedia di sebelah kanan pertanyaan. Pilihlah jawaban sesuai dengan fakta yang anda alami.

#### 1. KINERJA

Adapun kategori yang tertulis didalam kuesioner kualitas jasa yang disediakan adalah:

- SS : Sangat Setuju (4)      TS : Tidak Setuju (2)  
S : Setuju (3)              STS : Sangat Tidak Setuju (1)

#### Keandalan (*Reliability*) (X<sub>1</sub>)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Maskapai keberangkatannya selalu tepat waktu.				
2	Maskapai selalu tepat waktu sampai ditujuan.				

3	Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu.				
4	Sebuah maskapai didekorasi sesuai dengan budaya lokal dari kota di mana ia berada.				
5	Harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang atraksi lokal dimaskapai.				
6	Kesempatan untuk menikmati masakan lokal harus tersedia di maskapai.				
7	Gerai ritel dikenal secara nasional harus tersedia di maskapai.				
8	Sebuah maskapai harus memiliki pusat bisnis.				
9	Menyediakan komputer pribadi, telepon, dan perbaikan.				
10	Karyawan di maskapai harus berpakaian rapi.				
11	Harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang hotel lokal di maskapai.				

**Daya Tanggap (*Responsiveness*) ( $X_2$ )**

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
12	Karyawan maskapai harus menunjukkan minat dalam memecahkan masalah saya.				
13	Karyawan maskapai dengan sigap melayani keluhan pelanggan.				

<b>14</b>	Petugas maskapai memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.				
-----------	--	--	--	--	--

**Jaminan (*Assurance*) (X<sub>3</sub>)**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>15</b>	Keamanan di maskapai terjamin.				
<b>16</b>	Maskapai menjamin ketepatan jadwal keberangkatan dengan menampilkan informasi penerbangan lainnya dalam terminal.				
<b>17</b>	Bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang.				
<b>18</b>	Berbagai pilihan makanan harus tersedia di maskapai				
<b>19</b>	Harus bisa berjalan ke tempat parkir dari terminal di maskapai.				
<b>20</b>	Terminal maskapai harus dirancang sedemikian rupa sehingga antrian dapat diminimalkan.				

**Empati (*Emphaty*) (X<sub>4</sub>)**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>21</b>	Karyawan maskapai menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum				

	kepada pelanggan.				
22	Pelayanannya ramah dan sopan.				
23	Petugas maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang.				

**Bukti Fisik (*Tangibles*) (X<sub>5</sub>)**

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
24	Layout fisik sebuah maskapai harus membuatnya mudah bagi penumpang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (yaitu restoran, toilet, pintu gerbang, dll).				
25	Saya berharap tidak perlu berjalan jauh untuk masuk ke terminal maskapai.				
26	Maskapai menyediakan Fasilitas konferensi tersedia untuk saya di maskapai sehingga saya dapat melakukan pertemuan.				
27	Fasilitas untuk melakukan ibadah tersedia, sehingga saya dapat melakukan ibadah sewaktu-waktu.				
28	Sebuah maskapai harus menampilkan seni.				
29	Sebuah maskapai harus memiliki area yang tenang untuk tidur siang, membaca, atau melakukan bisnis.				

<b>30</b>	Layanan perbankan harus tersedia di maskapai.				
<b>31</b>	Berbagai pilihan transportasi darat ke kota terdekat harus tersedia.				
<b>32</b>	Fasilitas maskapai dan fasilitas (restoran, toilet, dan toko-toko) harus berlokasi dekat gerbang dan di setiap terminal.				
<b>33</b>	Area bermain anak-anak harus tersedia di terminal maskapai.				
<b>34</b>	Sebuah maskapai harus menawarkan layanan seperti bilik pijat, salon, dan <i>lounge</i> .				

## 2. KEPENTINGAN

Adapun kategori yang tertulis didalam kuesioner kualitas jasa yang disediakan adalah:

SP : Sangat Penting (4) TP : Tidak Penting (2)

P : Penting (3) STP : Sangat Tidak Penting (1)

### Keandalan (*Reliability*) (Y<sub>1</sub>)

No.	Pertanyaan	SP	P	TP	STP
<b>1</b>	Maskapai keberangkatannya selalu tepat waktu.				
<b>2</b>	Maskapai selalu tepat waktu sampai ditujuan.				
<b>3</b>	Pelayanan tiket oleh karyawan cepat dan tepat waktu.				

4	Sebuah maskapai didekorasi sesuai dengan budaya lokal dari kota di mana ia berada.				
5	Harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang atraksi lokal dimaskapai.				
6	Kesempatan untuk menikmati masakan lokal harus tersedia di maskapai.				
7	Gerai ritel dikenal secara nasional harus tersedia di maskapai.				
8	Sebuah maskapai harus memiliki pusat bisnis.				
9	Menyediakan komputer pribadi, telepon, dan perbaikan.				
10	Karyawan di maskapai harus berpakaian rapi.				
11	Harus ada sarana otomatis untuk memperoleh informasi tentang hotel lokal di maskapai.				

### **Daya Tanggap (*Responsiveness*) (Y<sub>2</sub>)**

No.	Pertanyaan	SP	P	TP	STP
1	Karyawan maskapai harus menunjukkan minat dalam memecahkan masalah saya.				
2	Karyawan maskapai dengan sigap melayani keluhan pelanggan.				
3	Petugas maskapai memberikan informasi yang lengkap pada penumpang.				

**Jaminan (*Assurance*) (Y<sub>3</sub>)**

No.	Pertanyaan	SP	P	TP	STP
1	Keamanan di maskapai terjamin.				
2	Maskapai menjamin ketepatan jadwal keberangkatan dengan menampilkan informasi penerbangan lainnya dalam terminal.				
3	Bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang.				
4	Berbagai pilihan makanan harus tersedia di maskapai.				
5	Penumpang harus bisa berjalan ke tempat parkir dari terminal di maskapai.				
6	Terminal maskapai harus dirancang sedemikian rupa sehingga antrian dapat diminimalkan.				

**Empati (*Emphaty*) (Y<sub>4</sub>)**

No.	Pertanyaan	SP	P	TP	STP
1	Karyawan maskapai menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum kepada pelanggan.				
2	Pelayanannya ramah dan sopan.				
3	Petugas maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang.				

**Bukti Fisik (*Tangibles*) (Y<sub>5</sub>)**

No.	Pertanyaan	SP	P	TP	STP
1	Layout fisik sebuah maskapai harus membuatnya mudah bagi penumpang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (yaitu restoran, toilet, pintu gerbang, dll).				
2	Saya berharap tidak perlu berjalan jauh untuk masuk ke terminal maskapai.				
3.	Maskapai menyediakan fasilitas konferensi tersedia untuk saya di maskapai sehingga saya dapat melakukan pertemuan.				
4.	Fasilitas untuk melakukan ibadah tersedia, sehingga saya dapat melakukan ibadah sewaktu-waktu.				
5	Sebuah maskapai harus menampilkan seni.				
6	Sebuah maskapai harus memiliki area yang tenang untuk tidur siang, membaca, atau melakukan bisnis.				
7	Layanan perbankan harus tersedia di maskapai.				
8	Berbagai pilihan transportasi darat ke kota terdekat harus tersedia.				
9	Fasilitas maskapai dan fasilitas (restoran, toilet, dan toko-toko) harus berlokasi dekat gerbang dan				

	di setiap terminal.				
<b>10</b>	Area bermain anak-anak harus tersedia di terminal maskapai.				
<b>11</b>	Sebuah maskapai harus menawarkan layanan seperti bilik pijat, salon, dan <i>lounge</i> .				

## Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas

### Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	11

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	30,5700	17,581	,231	,834
X1.2	30,4600	17,261	,293	,830
X1.3	30,1200	15,945	,656	,802
X1.4	30,3200	14,967	,574	,806
X1.5	29,9000	14,919	,675	,796
X1.6	29,7300	16,320	,438	,819
X1.7	29,9000	15,667	,608	,804
X1.8	29,8500	16,129	,507	,813
X1.9	29,7600	16,427	,389	,824
X1.10	29,5100	15,626	,577	,806
X1.11	29,5800	15,418	,549	,808

### Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,699	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	6,8800	1,157	,320	,826
X2.2	6,8200	,876	,583	,518
X2.3	6,8400	,782	,675	,385

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	15,54	4,392	,627	,688
X3.2	15,93	3,642	,779	,631
X3.3	15,64	4,374	,590	,698
X3.4	15,67	5,173	,419	,744
X3.5	15,81	5,893	,222	,780
X3.6	15,46	5,261	,356	,759

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	6,35	1,179	,441	,889
X4.2	6,21	,875	,703	,610
X4.3	6,24	,992	,754	,572

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	11

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	31,71	13,461	,456	,791
X5.2	31,46	12,675	,782	,763
X5.3	32,00	12,465	,654	,770
X5.4	31,76	13,679	,352	,802
X5.5	31,89	13,937	,400	,796
X5.6	31,78	12,860	,458	,792
X5.7	31,93	13,480	,494	,788
X5.8	31,58	13,095	,613	,777
X5.9	31,71	13,359	,447	,792
X5.10	32,10	13,788	,413	,795
X5.11	31,98	14,080	,217	,820

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	11

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	32,7900	12,976	,405	,792
Y1.2	32,7500	13,078	,397	,792
Y1.3	32,9200	13,125	,329	,799
Y1.4	33,3000	11,747	,509	,782
Y1.5	33,3500	12,189	,487	,783
Y1.6	33,5900	12,123	,568	,775
Y1.7	33,6800	12,604	,471	,785
Y1.8	33,5100	11,667	,554	,776
Y1.9	33,4400	12,330	,529	,779
Y1.10	32,9600	13,493	,234	,808
Y1.11	33,0100	12,414	,619	,773

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	7,43	,833	,438	,824
Y2.2	7,30	,697	,816	,391
Y2.3	7,23	,805	,514	,733

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y3.1	17,72	2,769	,538	,682
Y3.2	17,73	2,704	,577	,672
Y3.3	17,69	2,964	,421	,708
Y3.4	18,64	2,091	,486	,684
Y3.5	18,39	2,180	,484	,679
Y3.6	17,98	2,101	,507	,673

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,830	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y4.1	7,68	,442	,733	,725
Y4.2	7,52	,697	,576	,885
Y4.3	7,66	,388	,842	,598

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	11

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y5.1	32,14	15,415	,621	,816
Y5.2	32,25	16,109	,512	,825
Y5.3	32,96	16,120	,387	,836
Y5.4	31,99	17,283	,259	,842
Y5.5	32,79	16,046	,461	,829
Y5.6	32,49	15,525	,489	,827
Y5.7	32,40	15,758	,522	,824
Y5.8	32,11	15,149	,747	,808
Y5.9	32,42	15,054	,609	,816
Y5.10	32,93	15,258	,578	,819
Y5.11	32,82	14,331	,541	,825

## Lampiran 3 : Frekuensi Karakteristik Responden

### Frequencies

#### JK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	61	61,0	61,0	61,0
Wanita	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

#### Pddkn

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	2	2,0	2,0	2,0
S1	72	72,0	72,0	74,0
S2	8	8,0	8,0	82,0
S3	3	3,0	3,0	85,0
SMA	13	13,0	13,0	98,0
SMP	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

#### Pkrjn

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dosen	3	3,0	3,0	3,0
Mahasiswa	58	58,0	58,0	61,0
Pelajar	4	4,0	4,0	65,0
Swasta	26	26,0	26,0	91,0
Wiraswasta	4	4,0	4,0	95,0
Wirausaha	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

## Lampiran 4 : Mean Variabel Kepentingan dan Kinerja

### Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,74	STP/STS
1,75 s/d 2,49	TP/TS
2,50 s/d 3,24	P/S
3,25 s/d 4,00	SP/SS

### Descriptives

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2	4	2,40	,586
X1.2	100	2	4	2,51	,595
X1.3	100	1	4	2,85	,539
X1.4	100	1	4	2,65	,783
X1.5	100	1	4	3,07	,700
X1.6	100	1	4	3,24	,653
X1.7	100	1	4	3,07	,624
X1.8	100	1	4	3,12	,624
X1.9	100	1,00	4,00	3,2100	,68601
X1.10	100	1	4	3,46	,658
X1.11	100	1	4	3,39	,723
X1	100	1,18	4,00	2,9966	,39581
X2.1	100	2,00	4,00	3,3900	,54855
X2.2	100	2	4	3,45	,575
X2.3	100	2	4	3,43	,590
X2	100	2,00	4,00	3,4234	,45196
X3.1	100	2	4	3,27	,664
X3.2	100	2	4	2,88	,782
X3.3	100	2	4	3,17	,697
X3.4	100	1	4	3,14	,569

X3.5	100	2	4	3,00	,449
X3.6	100	2	4	3,35	,592
X3	100	2,00	4,00	3,1348	,42716
X4.1	100	2	4	3,05	,575
X4.2	100	2	4	3,19	,615
X4.3	100	2	4	3,16	,526
X4	100	2,00	4,00	3,1334	,47824
X5.1	100	2	4	3,28	,604
X5.2	100	2	4	3,53	,521
X5.3	100	2	4	2,99	,643
X5.4	100	2	4	3,23	,664
X5.5	100	2	4	3,10	,541
X5.6	100	1	4	3,21	,743
X5.7	100	2	4	3,06	,565
X5.8	100	2	4	3,41	,552
X5.9	100	1	4	3,28	,637
X5.10	100	1	4	2,89	,567
X5.11	100	2	4	3,01	,745
X5	100	2,00	4,00	3,1813	,36191
Y1.1	100	2	4	3,74	,543
Y1.2	100	2,00	4,00	3,7800	,52378
Y1.3	100	2	4	3,61	,584
Y1.4	100	1	4	3,23	,737
Y1.5	100	2	4	3,18	,657
Y1.6	100	2	4	2,94	,600
Y1.7	100	2	4	2,85	,575
Y1.8	100	2	4	3,02	,710
Y1.9	100	2	4	3,09	,588
Y1.10	100	1	4	3,57	,590
Y1.11	100	3	4	3,52	,502
Y1	100	2,64	4,00	3,3205	,35033
Y2.1	100	2	4	3,55	,539
Y2.2	100	3	4	3,68	,469
Y2.3	100	2	4	3,75	,520
Y2	100	2,67	4,00	3,6602	,41585
Y3.1	100	3	4	3,91	,288
Y3.2	100	3	4	3,90	,302
Y3.3	100	3	4	3,94	,239
Y3.4	100	1	4	2,99	,628
Y3.5	100	1	4	3,24	,588
Y3.6	100	2	4	3,65	,609

Y3	100	2,83	4,00	3,6055	,30583
Y4.1	100	3	4	3,75	,435
Y4.2	100	3	4	3,91	,288
Y4.3	100	2	4	3,77	,446
Y4	100	3,00	4,00	3,8097	,34304
Y5.1	100	2	4	3,59	,588
Y5.2	100	2	4	3,48	,541
Y5.3	100	2	4	2,77	,664
Y5.4	100	2	4	3,74	,505
Y5.5	100	1	4	2,94	,600
Y5.6	100	2	4	3,24	,683
Y5.7	100	2	4	3,33	,604
Y5.8	100	2	4	3,62	,546
Y5.9	100	2	4	3,31	,662
Y5.10	100	1	4	2,80	,651
Y5.11	100	1	4	2,91	,866
Y5	100	2,00	3,91	3,2485	,39254
Valid N (listwise)	100				

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1,18	4,00	2,9966	,39581
X2	100	2,00	4,00	3,4234	,45196
X3	100	2,00	4,00	3,1348	,42716
X4	100	2,00	4,00	3,1334	,47824
X5	100	2,00	4,00	3,1813	,36191
Y1	100	2,64	4,00	3,3205	,35033
Y2	100	2,67	4,00	3,6602	,41585
Y3	100	2,83	4,00	3,6055	,30583
Y4	100	3,00	4,00	3,8097	,34304
Y5	100	2,00	3,91	3,2485	,39254
Valid N (listwise)	100				