

DAMPAK INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN PENINGKATAN NILAI PELANGGAN DI BANDARA ADISUTJIPTO
YOGYAKARTA

JURNAL SKRIPSI



Oleh :

Nama : Prabowo Cahyo Ariyono
Nomor Mahasiwa : 14311010
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu bagian penting dan strategis bagi pembangunan suatu Negara. Transportasi dijadikan sebagai sarana pendukung oleh masyarakat dalam melakukan niaga dan kegiatan sehari-hari, baik dari masyarakat kelas menengah atas sampai masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat lebih memilih memanfaatkan alat transportasi yang paling cepat dan efisien, salah satunya yaitu transportasi udara. Tentu saja dengan adanya sarana transportasi pesawat udara yang cepat, maka pengguna jasa dari transportasi pesawat udara pun semakin bertambah setiap waktunya.

Bandara merupakan salah satu prasarana penunjang fasilitas transportasi udara yang paling besar, semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sehingga memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Pengelola bandara selaku penyelenggara sektor transportasi udara dituntut untuk dapat menyediakan fasilitas dan selalu memberikan pelayanan secara optimal. Hal yang termasuk dalam pelayanan bandara terdiri dari ketepatan waktu, kenyamanan dan keselamatan penerbangan, untuk memenuhi harapan tersebut pelayanan bandara perlu ditunjang dengan fasilitas yang bagus, inovasi yang baik dan pelayanan yang handal seperti fasilitas tempat untuk check-in tiket pesawat, prosedur pemeriksaan x-ray, ruang tunggu, tempat parkir dan fasilitas yang lain..

Pihak pengelola juga perlu menciptakan inovasi – inovasi pelayanan yang akan mendukung fasilitas yang ada agar para pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan pada saat bepergian di Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Lebih jauh dikatakan, meskipun konsumen yang datang ke bandara merupakan konsumen yang banyak melakukan perjalanan untuk tujuan penerbangan, namun kualitas bandara dan pelayanan yang diberikannya menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih jadwal penerbangannya (Fodness dan Murray, 2007).

Inovasi layanan yang diberikan oleh pihak bandara sangat penting bagi kepuasan konsumen yang menggunakan jasa bandara. Konsumen harus merasa nyaman dengan layanan yang diberikan dan fasilitas – fasilitas yang di sediakan oleh pihak bandara Adisutjipto Yogyakarta, sehingga pelanggan merasa puas dan citra perusahaan yang baik bagi konsumennya. Inovasi dan layanan yang diberikan oleh pihak bandara diharapkan dapat memuaskan pelanggan tetapi kenyatannya masih banyak pelanggan yang belum terlalu merasakan manfaatnya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen namun menurut penelitian sebelumnya faktor yang paling kuat untuk menunjukkan kepuasan pelanggan yaitu aksesibilitas pada bandara , pemeriksaan keamanan , dan fasilitas terminal yang disediakan.

Setelah melakukan banyak inovasi layanan dan peningkatan kualitas layanan, saat ini masih banyak ketidaktahuan oleh PT. Angkasa Pura atau bandara Adisutjipto sendiri di lapangan apakah konsumen memang sudah menikmati fasilitas yang sudah disediakan dan inovasi yang sudah dilakukan tersebut, dan masih belum ada informasi apakah terjadi peningkatan nilai pelanggan dan terciptanya kepuasan terhadap pelanggan setelah menerapkan beberapa inovasi yang disebutkan diatas. Ketidaktahuan informasi tersebut akan mempengaruhi kepada penerapan strategi selanjutnya yang akan diterapkan oleh pihak pengelola bandara Adisutjipto.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, menarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di bandara Adisutjipto Yogyakarta “.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas dapat dianggap sebagai kapasitas lokasi yang akan dijangkau dari lokasi lain, atau untuk menyediakan akses ke lokasi lain, dan itu terkait terbalik dengan biaya umum yang terkait dengan akses lokasi. Munculnya hubungan angkutan udara baru ke wilayah-wilayah dapat memperluas jaringan transportasi udara dan meningkatkan aksesibilitas yang dinikmati oleh penumpang-penumpang potensial, karena kecepatan dan kenyamanan perjalanan udara relatif terhadap alternatif permukaan (Reynolds *et al*, 2006).

2.1.2 *Airport Accessibility* (Aksesibilitas Bandara)

Aksesibilitas bandara mengacu pada tingkat kenyamanan bagi penumpang untuk tiba di bandara, yang dapat ditunjukkan dengan penggunaan berbagai alat transportasi. Terdapat perbedaan antara bandara dalam kinerja teknis dan fitur operasionalnya. Perekonomian kedatangan di bandara diukur berdasarkan kecepatan dan kemudahan layanan pelanggan (Matisziw dan Grubestic, 2007).

faktor yang memengaruhi keputusan pengunjung untuk opsi tertentu melampaui harga dan kualitas layanan udara dari bandara ke bandara adalah aksesibilitas bandara. Keputusan terhadap layanan udara tertentu dan bandara tertentu sampai batas tertentu tergantung pada aksesibilitas bandara (Górecka, 2016) Mengingat banyaknya hal dalam industri transportasi udara komersial, dari maskapai, bandara, pelanggan dan pasar lokal mereka, akses bandara dan aksesibilitas dapat (dan harus) berkembang dari waktu ke waktu dan di seluruh geografi (Grubestic *et al.*, 2009).

2.1.3 Security check (Pemeriksaan Keamanan)

Pemeriksaan keamanan bandara (*Security Check*) mengacu pada teknik dan metode yang digunakan untuk melindungi penumpang, staf dan pesawat terbang dari hal – hal yang berbahaya , kejahatan dan ancaman lainnya. Setiap hari, sejumlah besar orang menggunakan bandara yang artinya mereka dapat menjadi target potensial untuk terorisme dan bentuk kejahatan lainnya. Demikian pula, tingginya aktivitas penumpang di sebuah maskapai besar dapat menyebabkan tingkat kematian yang tinggi jika terdapat serangan atau pembajakan pada pesawat terbang. Senjata yang mematikan bisa menjadi sarana terorisme, terlepas dari apakah mereka berhasil atau tidak. Pengamanan bandara bisa dievaluasi oleh penumpang dan bagaimana cara mereka menilai jumlah waktu yang dibutuhkan untuk pemeriksaan keamanan, profesionalisme staf keamanan, dan kepercayaan akan proses keamanan agar penumpang merasa aman (Chen, *et al.*, 2015)

2.1.4 Inovasi Layanan

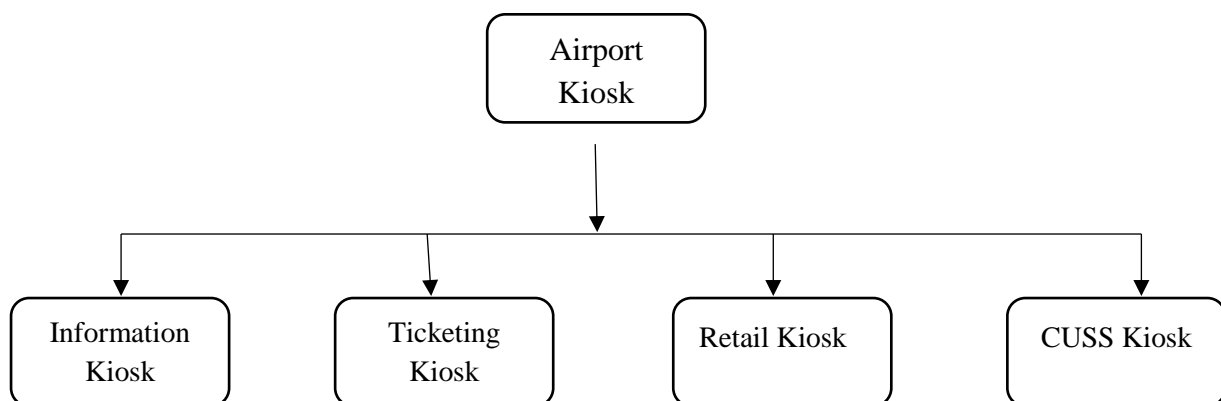
Inovasi layanan didefinisikan sebagai setiap penawaran non-produk atau fisik yang benar benar baru ada pada industri, perusahaan atau peningkatan yang signifikan atas penawaran layanan yang ada (Ettlie and Rosenthal, 2012). Model proses inovasi dalam layanan lebih menekankan pada fakta bahwa inovasi layanan diterapkan dan disalin dengan cepat. Dengan demikian kemampuan untuk memiliki proses inovasi yang berkelanjutan sangat penting bagi perusahaan jasa inovasi dalam layanan jarang melalui proses yang mudah (Sundbo, 1997).

Inovasi layanan di definisikan sebagai layanan baru atau pembaruan layanan yang ada yang dipraktekkan dan yang memberikan manfaat bagi organisasi yang telah mengembangkannya manfaat biasanya berasal dari nilai tambah yang diberikan pembaruan kepada pelanggan. Selain itu, untuk menjadi inovasi, pembaruan harus baru tidak hanya bagi pengembangnya, tetapi dalam konteks yang lebih luas. ”Definisi ini menyoroti beberapa aspek

yang menarik dari inovasi layanan. Pertama, definisi memisahkan hasil inovasi layanan dari proses pembangunan. Kedua, untuk penemuan untuk menjadi inovasi, harus digunakan dan dipraktekkan. Ketiga, penemuan ini harus baru bagi salah satu aktor. Keempat, penemuan harus menciptakan nilai bagi beberapa aktor. Berikut ini, keempat masalah ini akan dibahas secara rinci (Toivonen ,2009).

2.1.5 Kiosk

Penerapan swalayan semakin penting karena dua alasan utama, yaitu meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya dan tenaga kerja. *Self-service Technology* menempatkan kendali ke tangan pelanggan. Telah diamati bahwa pelanggan lebih terbuka untuk berbelanja dengan kios / swalayan untuk memenuhi kebutuhannya pada saat di bandara. Bahkan Industri lain seperti ritel, industri *finance* , hotel mempertimbangkan untuk menggunakan kios swalayan. Bahkan perpustakaan menggunakan teknologi swalayan untuk meminjamkan buku. Pelanggan siap menangani transaksi yang lebih banyak dengan kios, sehingga banyak model swalayan telah diuji (Murphy, 2007). Berikut dilampirkan pada kerangka ini studi komprehensif dari semua jenis kios tidak hanya di bandara tetapi juga dalam kehidupan :



Gambar 2.1

Jenis – Jenis KIOSK

2.1.6 X- Ray

Pemindai sinar-X memerlukan banyak waktu bagi penumpang , karena mereka perlu menempatkan penumpang dalam posisi yang tepat lalu kemudian melakukan scanning terhadap tubuh penumpang , menscaning tubuh penumpang , dan kemudian menampilkan hasilnya pada petugas di pos pemeriksaan keamanan. Bagi individu tertentu, ini tidak memakan waktu yang lama, tapi pada saat bandara dalam kondisi padat oleh penumpang yang menggunakan pesawat di bandara, hal itu dapat menyebabkan penundaan waktu yang cukup lama bagi penumpang. Banyak bandara telah menemukan pos pemeriksaan keamanan mereka diliputi kekhawatiran bahwa penundaan lebih banyak waktu dapat meningkatkan tekanan pada petugas keamanan dan membuat mereka kurang efektif dalam bekerja. Sinar-sinar *backscatter* yang digunakan di pos pemeriksaan keamanan jauh lebih lemah daripada sinar-x medis. Sinar ini tidak melalui daging dan tulang. Sebagai gantinya, mereka menembus pakaian dan sekitar satu inci ke dalam tubuh, di mana jaringan tubuh menyebar dan memantulkan kembali sinar ke sensor (Chen *et al.*, 2015)

2.1.7 Penggunaan Sosial Media oleh Bandara

Bandar udara semakin merangkul media sosial sebagai alat komunikasi dan sekarang terdapat banyak contoh bandara yang menggunakan sosial media dan konsumen bisa mencari tahu informasi mengenai mereka di *Facebook*, *Twitter* dan melihat video dan foto tentang mereka di *YouTube* dan *Flickr* (Twentyman, 2010). Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah bandara telah memperluas penggunaan media sosial. Namun, masih tampak bias terhadap bandara – bandara yang lebih besar yang berada di Amerika Utara atau Eropa. Mungkin juga ada perbedaan sesuai dengan cara bandara yang dioperasikan karena penggunaan media sosial mempunyai batas tertentu dan merupakan cerminan dan dorongan dari transformasi bisnis (Chen *et al.*, 2015)

2.1.8 Airport Micro Hotel

Hotel dapat didefinisikan sebagai sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan sebagai berikut: pelayanan makan dan minum, pelayanan kamar, pelayanan barang bawaan, pencucian pakaian dan dapat menggunakan fasilitas/perabotan dan menikmati hiasan-hiasan yang ada didalamnya (Chen *et al*, 2015)

Namun untuk hotel yang terletak di bandara dinamakan Micro Hotel dan juga dikenal dengan nama yang berbeda di setiap tempat seperti hotel kapsul , Transit hotel dll., Mikro hotel adalah sebuah konsep yang memungkinkan industri hotel untuk menyediakan tempat tinggal untuk penumpang mereka dengan biaya setiap jam berdasarkan kebutuhan tamu, bukan seperti hotel pada umumnya yang biayanya dihitung pada berapa lama mereka tinggal dan dibayarkan pada saat checkout. Konsep ini terbukti menjadi win-win solusi untuk pelancong maupun di industri hotel di negara-negara maju dan berkembang.

2.1.9 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan pada produk dan layanan yang diterima, artinya penilaian bahwa fitur produk / layanan itu sendiri memenuhi tingkat kepuasan yang terkait dengan pemenuhan konsumsi apakah sudah dapat memenuhi harapan atau lebih dari harapan tersebut (Oliver,1997).

Kepuasan sangat terkait dengan persepsi pelanggan atau kinerja produk. Selanjutnya, produk yang dirasakan (atau layanan) kinerja akan dibandingkan dengan standar yang mewakili kinerja layanan yang diharapkan pelanggan (R.Hallower , 1996). Kepuasan pelanggan dianggap sebagai evaluasi global, yang menyiratkan penilaian produk atau layanan secara keseluruhan yang dibuat oleh klien. Bahkan, ketika kepuasan pelanggan dianalisis dalam kaitannya dengan faktor lain (misalnya anteseden atau konsekuensi) evaluasi keseluruhan harus mengambil preferensi (Martins Gonçalves and Sampaio, 2012).

Dari dua definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang diberikan oleh Bandara Adisutjipto apabila harapan pelanggan akan produk/pelayanan yang diberikan Bandara tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan.

2.1.10 Nilai Pelanggan (Customer Value)

Nilai pelanggan dapat dikonseptualisasikan sebagai perbandingan antara atribut untuk “mendapat” dari pada "memberi" , Nilai pelanggan dioperasionalkan sebagai rasio atau *trade-off* antara total manfaat yang diterima dengan pengorbanan total, dengan mempertimbangkan penawaran dan harga pemasok yang tersedia (Buzzetl dan Gale 1987). Layanan terdiri dari berbagai dimensi, dan dua atribut layanan yang paling sering diteliti adalah keandalan dan penyesuaian , pengorbanan atau harga yang dibayar pelanggan biasanya terdiri dari biaya transaksi, biaya siklus hidup, dan beberapa tingkat risiko. Metode Gale, yang telah digunakan dalam PIMS (*Profit Impact of Marketing Strategies*) memungkinkan pengujian empiris dari hubungan antara nilai pelanggan dan variabel seperti kepuasan pelanggan dan kesetiaan. Metode ini juga memiliki keuntungan karena menyediakan profil perusahaan relatif terhadap pesaingnya pada berbagai atribut dan biaya layanan / produk. Nilai pelanggan diwakili secara matematis dengan jumlah tertimbang yang relatif di atas semua skor kualitas yang dirasakan dan nilai daya saing harga (Yin *et al.*, 2004).

2.1.11 Konsep Ilmiah Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan diidentifikasi dari beberapa karakteristik yang disepakati bersama mengenai konsep nilai masih perlu di klarifikasi. Menurut Woodruff (1997) dalam tulisan Chen *et al* (2015) Nilai yang disepakati dalam literatur manajemen adalah sebagai berikut:

- Subyektif:

Nilai pelanggan tidak dapat ditentukan dalam satu tepat angka atau jumlah, karena bersifat subjektif atau dalam kata lain orang lain bisa mengambil dari sudut pandang manapun untuk menentukan suatu nilai.

- Fokus pelanggan:

Nilai pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan di pasar, bukan oleh pemasok asumsi di pabrik yang artinya untuk menentukan suatu nilai tergantung dari fokus dari pelanggan tersebut.

- Berkembang seiring waktu:

Persepsi pelanggan tentang nilai mungkin berubah seiring waktu baik dari segi elemen nilai dan dalam hal nilai yang diberikan secara relatif pada elemen yang berbeda.

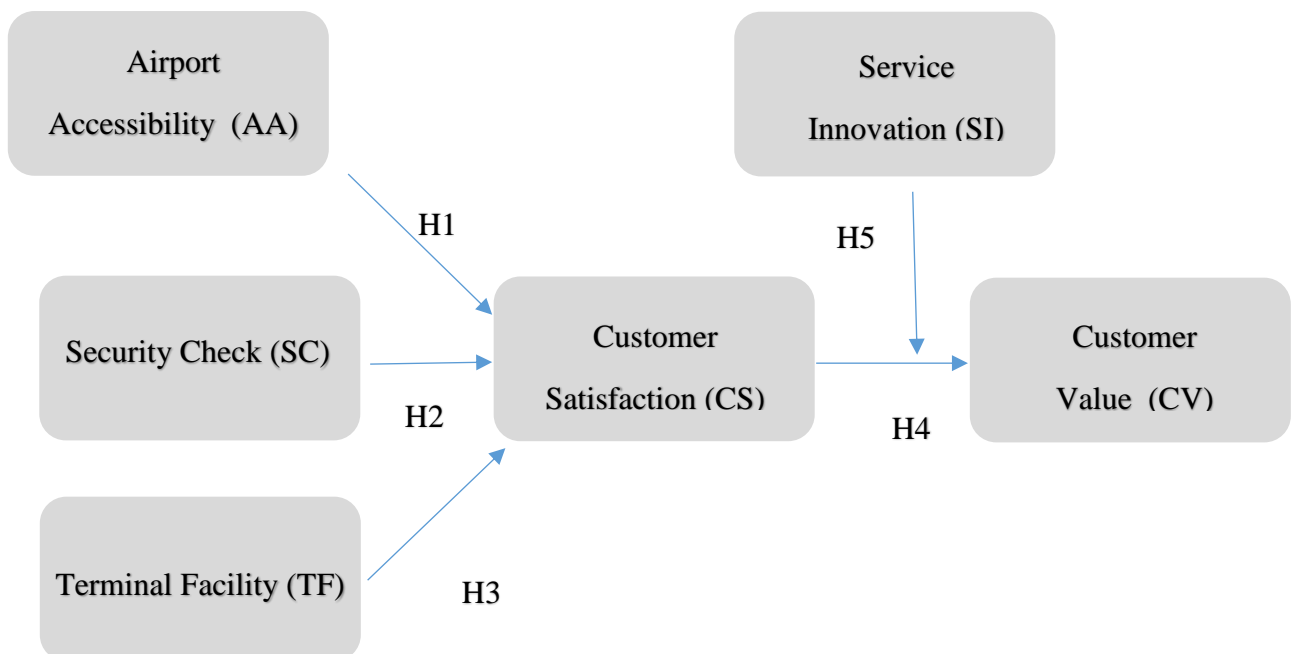
- Kontekstual:

Nilai pelanggan terkait dengan penggunaan beberapa produk, layanan atau solusi.

Nilai persepsi yang berorientasi pada produk dapat menjadi pembeda antara persepsi kualitas dan harga, tetapi dapat juga diperluas untuk memasukkan pembeda antara indikator intrinsik yang melekat pada produk itu sendiri. Nilai persepsi yang berorientasi hubungan memperluas ruang lingkup ke *Service Dominant Logic* (SDL) termasuk hubungan penjual dan pembeli, proses dan komponen risiko dari penawaran (Chen *et al*, 2015).

2.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menggambarkan alur pikiran peneliti sebagai kelanjutan dari kajian teori untuk memberikan penjelasan kepada mengapa ia mempunyai anggapan seperti yang dinyatakan dalam hipotesis. Berdasarkan dari latar belakang masalah, identifikasi masalah dan perumusan masalah yang telah peneliti uraikan sebelumnya, maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bandara Adisutjipto Yogyakarta.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti pada variabel-variabel yang menarik untuk tujuan spesifik dari penelitian (Sekaran dan Bougie, 2010). Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan melalui penyebaran Kuesioner online menggunakan google form melalui internet.

Tekni pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang sudah diformulasikan sebelumnya, di mana responden mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang agak mirip. Kuesioner adalah mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika peneliti tahu persis apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel yang diinginkan. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, dikirim ke responden, atau didistribusikan secara elektronik (Sekaran dan Bougie, 2010). Karena dengan memberikan Kuesioner akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan respon langsung dari populasi dengan cepat dan mendapatkan responden yang banyak untuk diteliti.

Data-data tersebut akan diperoleh melalui media online melalui media sosial seperti LINE, Whatapps, dan Facebook dan. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Kusumah, 2011).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan orang, kejadian atau ketertarikan terhadap sesuatu agar peneliti dapat menarik kesimpulan (Sekaran, 2010). Pada penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh James K.C Chen, Amrita Batchuluun, dan Javkhuu Batnasan (2015), populasi yang digunakan adalah penumpang yang menggunakan bandara dari berbagai negara di Asia. Tetapi pada penelitian ini, peneliti menjadikan seluruh masyarakat yang ada di Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan Bandara Adisutjipto sebagai populasi penelitian dan penulis mencoba meneliti dampak *Service Innovation* terhadap *Customer Satisfaction* dan peningkatan *Customer Value* di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi, dengan kata lain, sebagian, tetapi tidak semua, tidak ada unsur-unsur yang membentuk sampel (Sekaran dan Bougie, 2010). Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan pada Roscoe (1975); Sekaran (2010), yang menyatakan bahwa ukuran sampel dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Adapun sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Yogyakarta yang pernah menggunakan bandara Adisutjipto dengan jumlah 100 responden.

3.3 Teknik Pemilihan Sample

a) *Convenience Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience random sampling*. *Convenience sampling* mengacu pada pengumpulan informasi dari anggota populasi yang mudah tersedia untuk mendapatkannya.

b) *Purposive Sampling*

Teknik pengambilan sampel lain yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2010).

3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen maka diperlukan uji validitas. Instrumen dikatakan sahih apabila mampu mengukur variabel - variabel yang akan diukur dalam penelitian serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antar konsep dan hasil pengukuran Uji validitas memberikan hasil mengenai seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran sesuai dengan teori di mana tes tersebut dirancang. (Sekaran and Bougie, 2010) Menurut Ghozali (2011), dikatakan valid atau tidaknya data harus diatur sebagai berikut $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka tidak berlaku (tidak valid).

3.4.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hal itu bebas dari kesalahan dan oleh karena itu memastikan pengukuran yang konsisten dan mengukur antara satu variabel dengan variabel yang lain atau lintas variabel dalam berbagai instrumen, Dengan kata lain, Reabilitas ukuran adalah indikasi stabilitas dan konsistensi dengan instrumen yang mengukur konsep dan membantu menilai ukuran yang lebih positif Reliabilitas adalah tingkat kenadalan

kuesioner. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel dan dapat diterima jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ (Sekaran dan Bougie, 2010).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Metode SEM (Structural Equation Modeling)

Structural Equation Modeling (SEM) diaplikasikan untuk menguji validitas dan hipotesis yang diajukan. SEM sangat tepat untuk studi hubungan dependen ganda, yang untuk menyelidiki dalam penelitian ini. SEM digunakan untuk menentukan apakah estimasi matriks kovarian populasi dari model yang diusulkan konsisten dengan matriks kovariansi yang diamati.

3.5.2 Pengolahan data dengan Metode Partial Least Square (PLS)

PLS adalah salah satu metode alternatif SEM yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah-masalah di antara variabel-variabel yang sangat kompleks tetapi ukuran data sampel kecil (30 - 100 sampel) dan memiliki asumsi non parametrik, yang berarti bahwa data tidak digunakan pada satu distribusi tertentu. PLS dapat juga disebut sebagai pendekatan untuk pemodelan struktural yang menunjukkan hubungan antara konstruk yang dihipotesiskan.

Pengujian dalam metode PLS artinya dua tahap, yaitu *Outer Model* (model pengukuran) dan *Inner Model* (model struktural). Outer Model (model pengukuran) menentukan hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, sedangkan Inner model (model struktural) menentukan hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya (Yamin dan Kurniawan, 2011).

3.6 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

a. Convergent Validity

Evaluasi *convergent validity* dimulai dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* $> 0,7$ dikatakan valid.

b. Discriminant Validity

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* kedalaman konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan jumlah antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik antara konstruk dengan indikator yang lebih tinggi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Evaluasi selanjutnya, yaitu dengan membandingkan nilai-nilai akar AVE dengan beban antar konstruk.

3.7 Pengujian Inner Model (Model Structural)

Pengujian ini dilakukan untuk uji hipotesis. Model struktural dapat dievaluasi dengan melihat *r-square* (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai *t*-statistik dari pengujian koefisien jalur. Semakin tinggi nilai *R* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai *path coefficients* yang ditunjukkan oleh nilai *t*-statistics harus di atas 1,96 (untuk hipotesis dua sisi – *two tailed*) dan di atas 1,64 (untuk hipotesis satu sisi – *one tailed*). Kedua nilai tersebut digunakan pada tingkat *alpha* 5% dan *power* 80% (Hair et al, 1998).

3.8 Alat Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan penulis yaitu software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). (SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah manajemen data dan program analisis yang dirancang untuk melakukan analisis data statistik, termasuk statistik deskriptif seperti plot, frekuensi, bagan, dan daftar, serta prosedur statistik inferensial dan multivariat canggih seperti analisis varians (ANOVA), analisis faktor, analisis kluster, dan analisis data kategori.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bandara Adi Sucipto (Adisutjipto) berlokasi di daerah Sleman kota Yogyakarta. Luas bandara ini adalah sekitar 183 hektar. Nama bandara ini diambil dari nama pahlawan Agustinus Adisutjipto asal Salatiga yang gugur pada tahun 1947. Bandara Adisutjipto Yogyakarta merupakan bandara tersibuk ketiga di pulau Jawa setelah Bandara Soekarno Hatta Jakarta dan Bandara Juanda Surabaya.

Aktivitas transportasi udara di Daerah Istimewa Yogyakarta belakangan ini Adisutjipto menyebutkan bahwa ada sebanyak 2.290.322 penumpang yang datang dan berangkat dari bandara tersebut pada tahun 2013 dan meningkat hingga 6.750.433 orang pada tahun 2017. Untuk jumlah kargo pengiriman barang juga mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2013 sebanyak 6.450 kargo yang dikirim maupun diterima di Yogyakarta dan meningkat hingga 12.440 kargo pada tahun 2017. Karena jumlah penumpang dan jumlah kargo barang semakin meningkat oleh karena itu PT.Angkasa Pura I juga menambah jumlah pesawat dan rute penerbangan setiap tahun guna untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat, dilihat

pada tahun 2013 terdapat 19.342 pesawat yang *takeoff – landing* di bandara Adisutjipto dan terus meningkat hingga pada tahun 2017 bandara memiliki 23.300 pesawat yang berangkat dan datang di bandara Adisutjipto. Khusus pertumbuhan untuk penumpang pada tahun 2017 Bandara Adisutjipto melayani 6,7 juta penumpang dan juga diperkirakan akan terus mengalami kenaikan.

4.2 Hasil Analisis Data

Penelitian Ini merupakan penelitian empiris yaitu dengan menggunakan metode survey lapangan, data pokok dari sample populasi di kumpulkan menggunakan instrument kuesioner yang di sebar secara langsung dan secara online yaitu melalui sosial media seperti Whatsapp, Facebook, Line dan sosial media lainnya oleh peneliti, yang dimana bertujuan untuk memberi bukti empiris pada penelitian Dampak dari *Service Innovation* terhadap kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan peningkatan Nilai Pelanggan (*Customer Value*) di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Dalam penelitian ini sample yang kumpulkan oleh peneliti yaitu berjumlah 100 responden yang dimana merupakan pelanggan yang pernah menggunakan atau bepergian melalui Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Didalam pengambilan sample menggunakan dua metode yaitu yang pertama adalah *convenience sampling* yaitu pengumpulan informasi dari anggota populasi yang mudah tersedia untuk mendapatkannya dan metode kedua yaitu *Purposive Sampling* yaitu yang dimana pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekran,2010).

4.3 Statistik Deskriptif Responden

Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden dalam jenis kelamin dapat dilihat dari tabel 4.2

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	44	44.0	44.0	44.0
Wanita	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Output yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 24 (2018)

Statistik Deskriptif Usia

Karakteristik responden dalam usia dapat dilihat dari tabel 4.3 :

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15-20 th	4	4.0	4.0	4.0
21 - 25 th	63	63.0	63.0	63.0
26 - 30 th	3	3.0	3.0	3.0
> 30 th	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Output yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 24 (2018)

Statistik Deskriptif Pekerjaan

Karakteristik responden dalam pekerjaan dapat dilihat dari tabel 4.4 :

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar	5	5.0	5.0	5.0
Mahasiswa	57	57.0	57.0	57.0
Pegawai	31	31.0	31.0	31.0
Wiraswasta	7	7.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Output yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 24 (2018)

Statistik Deskriptif Pendidikan terakhir

Karakteristik responden dalam pekerjaan dapat dilihat dari tabel 4.3 :

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	0	0	0	0
SMA	43	43	43	43
D3/S1	51	51	51	51
S2/S3	6	6	6	6
Total	100	100	100	

Sumber : Output yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 24 (2018)

Dari tabel diatas 4.3 terlihat responden pria berjumlah 44 % dan kemudian responden wanita berjumlah 56 % yang artinya responden wanita lebih mendominasi daripada pria berarti pengguna terbanyak Bandara Adisutjipto Yogyakarta dalam penelitian ini adalah wanita. Dilihat dari tabel 4.4 responden terbanyak di usia 21 – 25 th sebanyak 62,9 % dan urutan kedua yaitu usia > 30 th sebanyak 29,2 %. Berarti responden yang memiliki pengalaman bepergian melalui bandara dan dapat menilai bagaimana inovasi , kepuasan dan nilai pelanggan adalah diusia 21-25 th. Dari tabel 4.5 responden terbanyak yaitu mahasiswa sebanyak 57,3 % dan urutan kedua yaitu pegawai sebanyak 31,5 %. Artinya responden yang paling banyak menggunakan bandara Adisutjipto yaitu mahasiswa karena di lihat pada kota Yogyakarta sendiri merupakan kota pendidikan dan kemudian banyaknya Universitas unggulan hal itu yang menyebabkan mahasiswa dari daerah lain yang lebih banyak menggunakan bandara untuk bepergian. Dilhat dari tabel 4.6 mengenai Pendidikan terakhir dari responden diketahui yang paling banyak adalah D3/S1 yaitu sebanyak 43 % dan yang kedua adalah 38 % berarti responden yang menggunakan Bandara Adisutjipto paling banyak yaitu responde yang sudah lulus dari pendidikan D3/S1.

4.4 Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 24 untuk mengolah data dari 100 responden. Ketentuan yang digunakan dalam uji ini adalah r table $df=n-k$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05. Jika r hitung $>$ r table maka pertanyaan pada variable tersebut dinyatakan valid. R table diperoleh dari $df= 100-2 = 98$

Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas

Variabel	No	Pertanyaan	R - hitung	R- tabel	Keterangan
Airport Accessibility (Aksesibilitas Bandara)	AA1	Menurut saya informasi yang menunjukkan akses kebandara AdiSutjipto sudah cukup jelas	0,621	0,195	Valid
	AA2	Menurut saya area parkir sudah cukup dekat dengan Bandara Adistujipto	0,654	0,195	Valid
	AA3	Menurut saya layanan transportasi seperti Taxi, Shuttle Bus dll dibutuhkan untuk di gunakan di Bandara Adisutjipto	0,588	0,195	Valid
	AA4	Menurut saya menyediakan angkutan umum yang mudah dijangkau untuk penyandang cacat (disabilities) dan anak - anak cukup penting	0,393	0,195	Valid
	AA5	Menurut saya tanda yang mengarahkan ke lokasi layanan tertentu di Bandara Adisutjipto merupakan hal yang penting	0,469	0,195	Valid
Security check (Pemeriksaan Kemaanan Bandara)	SC1	Menurut saya faktor keamanan merupakan prioritas utama dalam bepergian menggunakan pesawat	0,433	0,195	Valid
	SC2	Menurut saya mempersingkat waktu untuk menunggu pada saat check in di bandara itu penting	0,523	0,195	Valid
	SC3	Menurut saya proses pemeriksaan keamanan di bandara tidak berlebihan dan dapat diterima	0,514	0,195	Valid

Security check (Pemeriksaan Keamanan Bandara)	SC4	Menurut saya peralatan untuk pemeriksaan keamanan di bandara sudah cukup	0,659	0,195	Valid
	SC5	Menurut saya organisasi pemeriksaan keamanan sebaiknya dilakukan oleh organisasi yang di bawah lembaga pemerintah	0,572	0,195	Valid
Terminal Facilities (Fasilitas Terminal)	TF1	Menurut saya petunjuk arah dan tanda- tanda untuk fasilitas umum penting untuk dipasang	0,628	0,195	Valid
	TF2	Menurut saya ruang tunggu yang nyaman di bandara Adisutjipto cukup penting	0,784	0,195	Valid
	TF3	Menurut saya suhu ruangan yang nyaman di bandara Adisutjipto cukup penting	0,654	0,195	Valid
	TF4	Menurut saya ketersediaan fasilitas layanan bank dan ATM di bandara Adisutjipto cukup penting	0,545	0,195	Valid
	TF5	Menurut saya ketersediaan fasilitas umum untuk orang penyandang cacat (disabilities) di bandara cukup penting	0,674	0,195	Valid
	TF6	Menurut saya area bermain dan fasilitas untuk anak-anak di bandara cukup penting	0,524	0,195	Valid
Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)	CS1	Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan bandara Adisutjipto	0,649	0,195	Valid
	CS2	Saya merasa puas dengan pengaturan tempat yang berada di bandara Adisutjipto	0,66	0,195	Valid

	CS3	Saya merasa puas dengan aksesibilitas bandara Adisutjipto	0,665	0,195	Valid

Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)	CS4	Saya merasa puas dengan pelayanan dari staf bandara Adisutjipto	0,742	0,195	Valid
	CS5	Saya merasa pelayanan di bandara Adisutjipto melebihi dari harapan saya	0,721	0,195	Valid
Service Innovation (Inovasi Layanan)	SI1	Saya merasa puas dengan penerapan Self Service pada Kios (Swalayan ,tiket) di bandara Adisutjipto	0,563	0,195	Valid
	SI2	Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan mesin X-ray terbaru yang canggih	0,737	0,195	Valid
	SI3	Saya merasa puas dengan pemanfaatan sosial media oleh bandara Adisutjipto untuk memberikan Informasi pada pelanggan	0,708	0,195	Valid
	SI4	Saya merasa puas dengan hotel yang berada di sekitar bandara Adisutjipto	0,693	0,195	Valid
	SI6	Saya merasa puas dengan 4 jenis inovasi layanan diatas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan	0,763	0,195	Valid
Customer Value (Nilai Pelanggan)	CV1	Saya merasa puas ketika menggunakan <i>self service</i> pada Kiosk (Swalayan) dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan	0,638	0,195	Valid
	CV2	Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan mesin X-ray yang canggih dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan	0,681	0,195	Valid
	CV3		0,555	0,195	Valid

		Saya merasa puas dengan pemanfaatan sosial media oleh bandara Adisutjipto agar layanan mereka dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan			
<i>Customer Value</i> (Nilai Pelanggan)	CV4	Saya merasa puas dengan menggunakan hotel yang tersedia di sekitar bandara Adisutjipto yang dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan	0,677	0,195	Valid
	CV5	Saya merasa puasa dengan pemeriksaan keamanan bandara yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan	0,567	0,195	Valid
	CV6	Saya merasa puas dengan organisasi terminal stasiun yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan	0,716	0,195	Valid
	CV 7	Saya merasa puas dengan layanan aksesibilitas Bandara Adistujipto yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan	0,705	0,195	Valid
	CV8	Saya merasa puas dengan layanan Bandara Adistujipto yang baik dapat meningkatkan nilai pelanggan	0,628	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah menggunakan IBM SPSS

Dari output pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam semua variabel *Airport Accesibility* (AA1- AA5) , *Security Check* (SC-SC5) , *Temrinal Facilities* (TF1-TF6) , *Customer Satisfaction* (CS1-CS5), *Service Innovation* (SI1-SI5) dan *Customer Value* (CV1-

CV8) memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada semua variabel yang di teliti pada penelitian ini adalah Valid.

4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi dengan instrumen yang mengukur konsep dan membantu menilai ukuran yang lebih positif reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel dan dapat diterima jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,6 (Sekaran and Bougie, 2010)

Dalam menguji reliabilitas, peneliti menggunakan software IBM SPSS Statistics 24, adapun uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) dari Cronbach (Umar H. , 2007).

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabe	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	<i>Airport Accesibility</i>	0,425	0,195	Tidak Reliabel
2	<i>Security Check</i>	0,694	0,195	Reliabel
3	<i>Terminal Facilities</i>	0,400	0,195	Tidak Reliabel
4	<i>Customer Satisfaction</i>	0,721	0,195	Reliabel
5	<i>Service Innovation</i>	0,731	0,195	Reliabel
6	<i>Customer Value</i>	0,799	0,195	Reliabel

Sumber : Output yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 24 (2018)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 4.13 didapatkan bahwa nilai r hitung (Cronbach Alpha) > r table sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari *Security Check*, *Customer Satisfaction* , *Service Innovation* dan *Customer Value* adalah reliabel, dan terdapat beberapa instrumen yang dimana r hitung (Cronbach Alpha) < r table sehingga dapat disimpulkan bahwa *Airport Accesibility* dan *Terminal Facilities* tidak reliabel. Variabel *Airport Accesibility* dan

variabel *Terminal Facilities* tidak reliabel tetapi dicantumkan untuk merefleksikan hasil data dari penelitian lapangan.

4.6 Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)

4.6.1 Convergent Validity

Convergent Validity adalah mengukur validitas indikator refleksif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari *outer loading* dari masing – masing indikator variabel. Suatu indikator dikatakan mempunyai reabilitas yang baik, jika nilai *outer loading* di atas 0,70 (Jonathan Sarwono, 2014).

Tabel 4.7
Nilai *Loading Factor* Literasi pertama

Variabel	Indikator	Outer Loading
<i>Security Check</i>	SC1	-0,392
	SC2	0,152
	SC3	0,708
	SC4	0,903
	SC5	0,196
<i>Customer Satisfaction</i>	CS1	0,787
	CS2	0,652
	CS3	0,662
	CS4	0,733
	CS5	0,795
<i>Service Innovation</i>	SI1	0,512
	SI2	0,723
	SI3	0,73
	SI4	0,712
	SI5	0,774
<i>Customer Value</i>	CV1	0,739
	CV2	0,799
	CV3	0,532
	CV4	0,737
	CV5	0,536
	CV6	0,724
	CV7	0,701

	CV8	0,757
--	-----	-------

Sumber : Data diolah dengan PLS, 2018

Dari hasil pengolahan data menggunakan Smart PLS 3.0 yang di cantumkan pada tabel 4.15 ditemukan bahwa mayoritas dari indikator diatas memiliki nilai outer loading >0,7 sehingga dapat disimpulkan valid. Namun terdapat 8 indikator yang tidak valid atau nilai dari outer loadingnya <0,7 untuk indikator yang memiliki inidkator < 0,7 dinyatakan memiliki tingkat validitas yang rendah dan tidak dapat memenuhi *Convergent validity* sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan eliminasi atau penghapusan indikator.

Nilai *Loading Factor* setelah melakukan penghapusan pada indikator SC1 ,SC2,SC5,CS2,CS3.SI1,CV3,CV5 terdapat pada tabel 4.16 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Nilai *Loading Factor* Literasi kedua

Variabel	Indikator	Outer Loading
<i>Security Check</i>	SC3	0,724
	SC4	0,915
<i>Customer Satisfaction</i>	CS1	0,728
	CS4	0,778
	CS5	0,757
<i>Service Innovation</i>	SI2	0,723
	SI3	0,730
	SI4	0,712
	SI5	0,774
<i>Customer Value</i>	CV1	0,778
	CV2	0,810
	CV4	0,806
	CV6	0,738
	CV7	0,788
	CV8	0,791

Sumber : Data diolah menggunakan Smart PLS 3.0 , 2018

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.16 menunjukkan terjadi peningkatan nilai *Loading Factor* pada indikator SC3 ,SC4, CS1,CS4,CS5,

SI2,SI3,SI4,SI5,CV1,CV2,CV4,CV6,CV7 ,CV8 setelah beberapa indikator yang tidak valid yaitu SC1 ,SC2,SC5,CS2,CS3.SI1,CV3, CV5 dihapus dan dilakukan penghitungan kembali.

4.6.2 Discriminant Validity

Evaluasi discriminant validity dilakukan dengan cara melihat nilai cross loading pengukuran kontrak. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara setiap kontrak dengan indikatornya dan indikator dari kontrak blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki discriminant validity yang baik apabila korelasi antara kontrak dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari kontrak blok lainnya.

Tabel 4.9
Cross Loading antar indikator dengan kontrak

	(CS)	(CV)	(ME)	(SC)	(SI)
CS1	0,728	0,384	-0,235	0,394	0,395
CS4	0,778	0,296	-0,027	0,383	0,235
CS5	0,757	0,277	-0,051	0,397	0,368
CV1	0,224	0,778	-0,134	0,277	0,442
CV2	0,247	0,81	-0,145	0,243	0,565
CV4	0,234	0,806	-0,224	0,351	0,399
CV6	0,497	0,738	-0,275	0,397	0,338
CV7	0,353	0,788	-0,293	0,407	0,359
CV8	0,358	0,791	-0,326	0,395	0,4
SC3	0,304	0,342	-0,065	0,724	0,275
SC4	0,518	0,449	-0,222	0,915	0,301
SI2	0,319	0,414	-0,098	0,28	0,709
SI 2* CS1	-0,247	-0,006	-0,312	-0,0219	-0,165
SI 2* CS4	-0,185	-0,174	-0,753	-0,237	-0,175
SI 2* CS5	-0,134	-0,255	-0,681	-0,225	-0,096
SI3	0,36	0,442	-0,296	0,227	0,738
SI 3* CS1	-0,315	-0,119	0,446	-0,206	-0,255
SI 3* CS4	-0,125	-0,293	0,825	-0,15	-0,211
SI 3* CS5	-0,137	-0,149	0,578	-0,064	-0,242
SI 4	0,277	0,556	-0,141	0,265	0,753

SI 4* CS1	0,037	-0,032	0,167	-0,035	-0,166
SI 4* CS4	0,133	-0,299	0,638	-0,058	-0,128
SI 4* CS5	0,04	-0,095	0,359	-0,072	-0,133
SI 5	0,395	0,384	-0,223	0,258	0,788
SI 5* CS1	-0,213	-0,056	0,392	-0,109	-0,143
SI 5* CS4	-0,123	-0,29	0,848	-0,139	-0,202
SI 5* CS5	-0,11	-0,132	0,649	-0,087	-0,168

Sumber : Data yang di olah menggunakan Smart PLS 3.0

Pada hasil yang ditunjukkan di tabel 4.17 dan 4.18 bahwa nilai korelasi konstruk pada indikatornya menunjukkan nilai yang lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Artinya dengan demikian semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik , yang dimana semua nilai korelasi konstruk menunjukkan nilai yang lebih besar dari pada konstruk lainnya.

Tabel 4.10
Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar kuadrat AVE
Security check	0,569	0,754
Customer Satisfacion	0,598	0,704
Moderating Effect	0,550	0,591
Service Innovation	0,680	0,825
Customer Value	0,559	0,748

Sumber : Data yang di olah menggunakan Smart PLS 3.0

Berdasarkan hasil pada tabel 4.19 dapat dilihat Ave dari setiap variabel memiliki nilai yang lebih dari 0,50 seperti yang disyaratkan. Nilai Ave tertinggi dimiliki oleh variabel *Service Innovation* sebesar 0,680 dan kemudian diurutkan kedua dimiliki oleh variabel *Customer Satisfaction* yaitu sebesar 0,598 dan seterusnya. Nilai- nilai variabel AVE ini sudah memenuhi persyaratan yaitu melebihi dari nilai 0,50 Tahap selanjutnya adalah

membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk dalam model penelitian.

Hasil dari korelasi antar konstruk dengan nilai kuadrat AVE ditunjukkan pada tabel 4.20

sebagai berikut :

Tabel 4.11
Korelasi Antar Konstruk (Akar AVE)

	CS	CV	ME	SC	SI
Customer Satisfaction	0,754				
Customer Value	0,428	0,704			
Moderating effect	-0,146	-0,33	0,591		
Security Check	0,52	0,485	-0,195	0,825	
Service Innovation	0,445	0,598	-0,249	0,345	0,748

Sumber : Data yang di olah menggunakan Smart PLS 3.0

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dikatakan bahwa akar AVE pada semua konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Dari hasil yang di tuliskan pad atabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.6.3 Composite Reliability

Konstruk akan dinyatakan reliabel apabila nilai *Composite Reliability* nya $> 0,7$, maka konstruk dapat dinyatakan reliabel. Berikut jumlah nilai *Composite Reliability* dari penelitian ini dituliskan pada tabel 4.21

Tabel 4.12
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Customer Satisfaction	0,798
Customer Value	0,855
Moderating effect	0,850
Security Check	0,808
Service Innovation	0,835

Sumber : Data yang diolah menggunakan Smart PLS 3.0 , 2018

Dilihat pada hasil output Smart PLS tabel 4.21 nilai *Composite reliability* pada semua konstruk memiliki nilai >0,7 atau melebihi nilai 0,7. Dengan nilai yang dihasilkan tersebut , semua konstruk memiliki nilai reliabilitas yang baik sesuai dengan batas minimum yang disyaratkan.

4.7 Uji Inner Model (Model Struktural)

Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai *path coefficients* yang ditunjukkan oleh nilai t-statistics harus di atas 1,96 (untuk hipotesis dua sisi – *two tailed*) dan di atas 1,64 (untuk hipotesis satu sisi – *one tailed*) (Hair et al, 1990).

4.7.1 Analisis Variant (R^2) atau Uji Determinasi

Analisis Variant (R^2) atau uji detrminasi dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.22 dibawah ini :

Tabel 4.13
Nilai R-Square

Variabel	R Square
Customer Satisfaction	0,271
Customer Value	0,423

Sumber : Data yang diolah menggunakan Smart PLS 3.0

Pada tabel 4.22 dapat dilihat hasil dari Nilai R-Square pada penelitian ini hasilnya menunjukan variabel *Security check* mampu menjelaskan variabilitas kontrak dengan *Customer Satisfaction* sebesar 27,1% dan sisanya 72,9% diterangkan oleh kontrak lainya selain yang ada pada penelitian ini. Sedangkan variabel *Customer Satisfaction* dan *Service Innovation* mampu menjelaskan variabilitas kontrak dengan *Customer Value* sebesar 42,3 % dan sisanya 57,7 % diterangkan oleh kontrak lainya selain yang ada pada penelitian ini.

4.7.2 Uji Hipotesis *Path Coefficient*

Tabel 4.23
Hasil *Path Coefficient*

Hipotesis	Original Sample (O)	Simple Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P Values	Status
AA -> CS	0,246	0,26	0,098	2.501	0,013	Ditolak
SC-> CS	0,520	0,538	0,065	7.463	0.000	Diterima
TF -> CS	-0,089	-0,037	0,153	0,580	0,562	Ditolak
ME -> CV	-0,176	-0,211	0,124	1.413	0,158	Ditolak
CS -> CV	0,193	0,210	0,108	1.733	0,075	Ditolak
SI -> CV	0,466	0,467	0,099	4.702	0.000	Diterima

Sumber : Data yang di olah menggunakan Smart PLS 3.0

1) Pengujian Hipotesis Pertama (AA -> CS)

Hipotesis penelitian yang pertama yaitu pengujian *Airport Accesibility* (AA) terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hipotesis pertama ini menguji apakah variabel *Airport Accesibility* (AA) berpengaruh secara positif terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hasil dari pengujian menunjukkan nilai koefisien beta dari *Airport Accesibility* terhadap *Customer Satisfaction* yaitu 0,246 dan t-statistik sebesar 2.501. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan karena nilainya >1,96 dengan p-value 0,013. Tetapi dari hasil ini dinyatakan pada variabel RSA tabel 4.12 pada uji reliabilitas didapatkan hasil uji yang tidak reliabel sehingga hipotesis pertama ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa *Airport Accesibility* tidak terbukti berpengaruh positif terhadap customer satisfaction, Variabel *Airport Accesibility* tidak reliabel tetapi tetap dicantumkan untuk merefleksikan hasil data dari penelitian lapangan.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (SC -> CS)

Hipotesis penelitian yang kedua yaitu pengujian *Security Check* (SC) terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hipotesis kedua ini menguji apakah variabel *Security Check* (SC) berpengaruh secara positif terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hasil dari pengujian menunjukkan nilai koefisien beta dari *Security Check* terhadap *Customer Satisfaction* yaitu 0,520 dan t-statistik sebesar 7.463. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan karena nilainya >1,96 dengan p-value 0,00 yang berarti hipotesis kedua diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Security Check* terbukti berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, Variabel *Security Check* (SC).

3) Pengujian Hipotesis ketiga (TF -> CS)

Hipotesis penelitian yang ketiga yaitu pengujian *Terminal Facilities* (TF) terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hipotesis ketiga ini menguji apakah variabel *Terminal Facilities* (TF) berpengaruh secara positif terhadap *Customer Satisfaction* (CS). Hasil dari pengujian menunjukkan nilai koefisien beta dari *Terminal Facilities* terhadap *Customer Satisfaction* yaitu -0,089 dan t-statistik sebesar 0,580. Dari hasil tersebut dinyatakan t-statistik tidak signifikan karena nilai <1,96 dengan jumlah p value 0,562 yang itu berarti hipotesis ketiga ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa *Terminal Facilities* tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.

4) Pengujian Hipotesis keempat (CS -> CV)

Hipotesis penelitian yang keempat yaitu pengujian *Customer Satisfaction*. (CS) terhadap *Customer Value* (CV). Hipotesis keempat ini menguji apakah variabel *Customer Satisfaction*. (TF) berpengaruh secara positif terhadap *Customer Value* (CV). Hasil dari pengujian menunjukkan nilai koefisien beta dari *Customer Satisfaction*. terhadap *Customer Value* yaitu 0,193 dan t-statistik sebesar 0,1733. Dari hasil tersebut dinyatakan t-statistik tidak signifikan karena nilai <1,96 dengan jumlah p value 0,084 yang itu berarti hipotesis keempat

ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* terbukti tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Value*.

5) Pengujian Hipotesis kelima (ME ->CV)

Hipotesis kelima ini menguji apakah variabel *Service Innovation* (SI) memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer Satisfaction*. (TF) dan *Customer Value* (CV). Hasil dari pengujian menunjukkan nilai koefisien beta dari *Service Innovation* terhadap hubungan *Customer Satisfaction* dan *Customer Value* yaitu -0,137 dan t-statistik sebesar 0,1.133. Dari hasil tersebut dinyatakan t-statistik tidak signifikan karena nilai $< 1,96$ dengan jumlah p value 0,0258 yang itu berarti hipotesis kelima ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa *Service Innovation* terbukti tidak memiliki pengaruh positif pada hubungan *Customer Satisfaction* dan *Customer Value*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti mengenai Dampak Inovasi Layanan terhadap hubungan kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015), namun objek yang digunakan berbeda. Penelitian ini diterapkan pada bandara Adisutjipto Yogyakarta dan responden berjumlah 100 yang pernah menggunakan bandara Adisutjipto Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan Dampak Inovasi Layanan terhadap hubungan kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

- 1) *Airport Accesibility (AA)* tidak terbukti berpengaruh positif pada *Customer Satisfaction (CS)*
- 2) *Security check (SC)* terbukti berpengaruh positif pada *Customer Satisfaction (CS)*
- 3) *Terminal Facilities (TF)* tidak terbukti berpengaruh positif pada *Customer Satisfaction (CS)*
- 4) *Customer Satisfaction (CS)* tidak terbukti berpengaruh positif pada *Customer Value (CV)*
- 5) *Service Innovation (SI)* tidak terbukti memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer Satisfaction (CS)* dan *Customer Value (CV)*

5.2 Saran

Setiap penelitian pasti memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu terdapat beberapa saran untuk peneliti selanjutnya yang belum bisa peneliti lakukan yaitu yang pertama , dalam penelitian ini kami menggunakan variabel independen (Aksesibilitas, Pemeriksaan keamanan dan Fasilitas terminal) yang berasal dari teori Servqual yang dimana

kata kata dari teori tersebut sedikit dimodifikasi agar lebih sesuai untuk perusahaan udara yaitu bandara. Peneliti selanjutnya mungkin bisa menggunakan variabel lain yang lebih sesuai dengan penelitian untuk industri bandara dan menggunakan kuesioner lain yang lebih tepat. Untuk saran yang selanjutnya yaitu peneliti yang akan datang hendaknya menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda misalnya dengan langsung wawancara tatap muka dengan responden agar lebih mendapatkan informasi dan pandangan lebih luas dari responden dan memberika pertanyaan yang lebih terbuka, karena pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online yang sudah cukup baik tapi peneliti kurang mendapatkan informasi yang lebih luas dari responden. Peneliti dimasa depan juga hendaknya melibatkan ukuran sample yang cukup besar dan meneliti tempat fasilitas transportasi umum lainnya seperti terminal bus , pelabuhan dll.