

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

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Prabowo Cahyo Ariyono

Nomor Mahasiwa : 14311010

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

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

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Prabowo Cahyo Ariyono

Nomor Mahasiswa : 14311010

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

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/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 8 Mei 2018



Prabowo Cahyo Ariyono



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 883087 - 885376 Fax. : 882589

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester Genap 2017/2018, hari Selasa, tanggal 5 Juni 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : **PRABOWO CAHYO ARIYONO**
No. Mahasiswa : **14311010**
Judul Tugas Akhir : **DAMPAK INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN PENINGKATAN NILAI PELANGGAN DI BANDARA ADI SUTJIPTO YOGYAKARTA**
Pembimbing : Anjar Priyono, Ph.D

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir/Skripsi tersebut dinyatakan:

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir *)**
 - a. ~~Tugas Akhir tidak direvisi~~
 - b. Tugas Akhir perlu direvisi
2. ~~Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir~~

Nilai : A/B
.....

Referensi : Layak/~~Tidak Layak~~ *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji
Ketua Tim : Anjar Priyono, Ph.D

Anggota Tim : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM

Yogyakarta, 5 Juni 2018
Ketua Program Studi Manajemen



Sutrisno, Dr., Drs., MM.

Keterangan:

*) *Coret yang tidak perlu*
- *Bagi yang lulus Ujian Tugas Akhir dan Komprehensif,*
segera konfirmasi ke Divisi Akademik

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

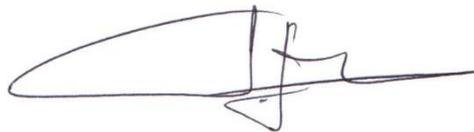
Nama : Prabowo Cahyo Ariyono

Nomor Mahasiswa : 14311010

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta 8 Mei 2018
Telah Disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Anjar Priyono, S.E.,M.Si.,Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**DAMPAK INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
PENINGKATAN NILAI PELANGGAN DI BANDARA ADI SUTJIPTO YOGYAKARTA**

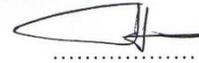
Disusun Oleh : **PRABOWO CAHYO ARIYONO**

Nomor Mahasiswa : **14311010**

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

Pada hari Selasa, tanggal: 5 Juni 2018

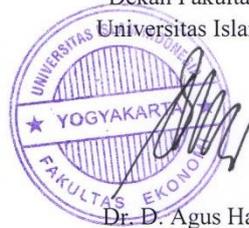
Penguji/ Pembimbing Skripsi : Anjar Priyono, Ph.D



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Abstrak

Judul dari penelitian ini adalah “Dampak Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan pelanggan dan Peningkatan Nilai Pelanggan di Bandara Adisutjipto Yogyakarta “. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari inovasi layanan secara moderasi terhadap hubungan antara penciptaan kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Terdapat 7 Variabel yaitu variabel independent terdiri dari *Airport Accesibility, Security Check, Terminal Facilities*, variabel dependen terdiri dari *Customer satisfaction* dan *Customer Value*, variabel yang bersifat moderasi yaitu *Service Innovation*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dan untuk memperoleh data menggunakan cara penyebaran kuesioner secara online kepada responden. Adapun sample penelitian yang diambil berjumlah 100 sample yaitu masyarakat yang pernah menggunakan Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Teknik pemilihan sample dalam penelitian ini adalah menggunakan *Non-Probability convenience sampling* dan *Purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai pelanggan dan inovasi layanan yang diterapkan diantaranya *Micro Hotel , X-ray , Self-service Tehcnology*, penggunaan sosial media oleh bandara , Kiosk tidak memiliki pengaruh secara moderasi kepada hubungan Kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan. Faktor yang paling berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah *Security check* atau pemeriksaan keamanan untuk konsumen , artinya konsumen lebih mengharapkan standar pemeriksaan yang tinggi dan peralatan yang canggih di bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Kata kunci: Inovasi layanan, Kepuasan pelanggan , Nilai pelanggan.

Abstract

Title of this research is " Services innovation impact to customer satisfaction and customer value enhancement in airport at Adistujipto Airport Yogyakarta".This research paper aim to determine the effect of service innovation in moderation on the relationship between customer satisfaction creation and customer value enhancement at Adisutjipto Airport Yogyakarta. There are 7 variables that are independent variables consist of Airport Accessibility, Security Check, Terminal Facilities, dependent variable consist of Customer satisfaction and Customer Value, moderate variable that is Service Innovation. This study uses Quantitative research methods and to obtain data using the way of distributing questionnaires online to the respondents. The sample of research taken amounted to 100 samples of people who have used the airport Adisutjipto Yogyakarta. The sample selection technique in this research is using Non-Probability convenience sampling and Purposive sampling.

The results of this study are customer satisfaction was not influence the increase of customer value, and service innovation applied among others Micro Hotel, X-ray, Self-service Tehcnology, the use of social media by the airport, Kiosk has no influence of moderation to the relationship Customer satisfaction and customer value enhancement. The most influential factor for increasing customer satisfaction is the Sercurity check for the consumer, It means that consumers expect higher standards of security check and sophisticated equipment at Adisutjipto airport in Yogyakarta.

Key Words : *Service Innovation , Customer Satisfaction, Customer Value.*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr. wb.

Alhamdulillahirabbil 'alamin dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun dalam penyusunan skripsi yang berjudul " DAMPAK INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN PENINGKATAN NILAI PELANGGAN DI BANDARA ADISUTJIPTO YOGYAKARTA" ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta. Skripsi ini meneliti mengenai bagaimana inovasi layanan yang diterapkan pada Bandara Adisutjipto Yogyakarta berdampak secara moderasi terhadap hubungan antara kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Anas Hidayat, Drs., MBA., Ph.D.selaku dosen pembimbing akademik

5. Bapak Anjar Priyono, S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, motivasi, saran dengan tulus ikhlas serta kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Kedua orang tua, Bapa Supriyono dan Mama Pona Ariyanti atas doa dan dukungan moril maupun materi yang tidak ada hentinya, beliau menjadi Inspirasi dan penyemangat bagi penulis dalam mengerjakan penelitian ini dan penulis sangat bersyukur memiliki orang tua seperti beliau.
8. Untuk Adik perempuan tercinta Novi Tiara Lestari yang selalu memberikan semangat dan doa
9. Untuk tunangan penulis Novira Fadila Sari yang setiap hari memberikan motivasi , semangat dan doa yang membuat penulis bersemangat dalam menyelesaikan penelitian.
10. Teman –teman anak bae – bae , Angga oboy, Didit , Mr.koko, Raga , Celestial, Aling dan teman teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah menghibur dan memberikan solusi dikala penulis mengalami kesulitan.
11. Teman –teman kuliah selama penulis menjalani kuliah dari semester awal sampai terakhir, terutama Canteen Crew divisi UKM Jurnalistik , Enggar dkk yang selalu berbagi hal-hal yang menyenangkan.
12. Keluarga baru KKN Geng Swalalala unit 246 , Yoza , Fazri , Yogi yogs, Anis, cik winna, Tifa, Uli , sheika dan bapak Supriyanto dan ibu sebagai kepala dukuh di dusun Jarakan , kecamatan Samigaluh kabupaten Kulonprogo.
13. Sahabat – sahabatku di kota Banjarmasin Angga , Akbar , Iqbal , Edo black yang selalu memberikan support penuh.

Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dan doanya yang terlalu banyak sehingga tidak Dapat disebutkan satu persatu. Penulis hanya bisa berdoa semoga semua kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Aamin

Sebagai penutup, penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, dan penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Mei 2018

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Prabowo Cahyo Ariyono', written in a cursive style.

Prabowo Cahyo Ariyono

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME..... | ii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 32 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 35 |
| 2.4 Hipotesis..... | 36 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 42 |
| 3.2.1 Teknik Pemilihan Sample..... | 43 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel..... | 44 |
| 3.4 Pengujian Instrumen Penelitian..... | 49 |
| 3.4.1 Uji Validitas..... | 49 |
| 3.4.2 Uji Reabilitas | 49 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 50 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1 Metode SEM (Structural Equation Modeling) | 50 |
| 3.5.2 Pengolahan data dengan Metode Partial Least Square (PLS) | 51 |
| 3.5.3 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran) | 52 |
| 3.5.4 Pengujian Inner Model (Model Structural) | 53 |
| 3.5.5 Alat Analisis Data..... | 53 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 55 |
| 4.2 Hasil Analisis Data..... | 59 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif Responden | 61 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas | 63 |
| 4.4 Hasil Uji Reliabilitas | 70 |
| 4.5 Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran) | 71 |
| 4.5.1 Convergent Validity | 71 |
| 4.5.2 Discriminant Validity | 76 |
| 4.5.3 Composite Reliability | 79 |
| 4.6 Uji Inner Model (Model Struktural)..... | 80 |
| 4.6.1 Analisis Variant (R^2) atau Uji Determinasi | 80 |
| 4.6.2 Uji Hipotesis <i>Path Coeffecient</i> | 81 |
| 4.7 Hasil dan Pembahasan | 88 |
| BAB V KESIMPULAN & SARAN | 93 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 93 |
| 5.2 Saran..... | 94 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Statistik Jumlah penumpang Bandara Adisutjipto 2013-2017 | 4 |
| Tabel 4.1 Profil Bandara Adisutjipto Yogyakarta | 57 |
| Tabel 4.2 Distribusi Kuesioner | 60 |
| Tabel 4.3 Statistik Deskriptif jenis kelamin..... | 61 |
| Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Usia..... | 61 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Pekerjaan | 62 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Pendidikan terakhir..... | 63 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Airport Accesibility | 64 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Security Check..... | 65 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Terminal Facilities | 66 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Customer Satisfaction | 67 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Service Innovation | 68 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Customer Value | 69 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas..... | 70 |
| Tabel 4.14 Parameter Convergent Validity | 72 |
| Tabel 4.15 Nilai Loading Factor Literasi pertama..... | 73 |
| Tabel 4.16 Nilai Loading Factor Literasi kedua | 75 |
| Tabel 4.17 Cross Loading antar indikator dengan kontrak | 76 |
| Tabel 4.18 <i>cross Loading</i> antar indikator dengan kontrak (lanjutan) | 76 |
| Tabel 4.19 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE | 78 |
| Tabel 4.20 Korelasi Antar Kontrak (Akar AVE) | 78 |
| Tabel 4.21 Composite Reliability | 79 |
| Tabel 4.22 Nilai R-Square | 80 |
| Tabel 4.23 Hasil Path Coefficient | 81 |
| Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis | 87 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--------------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1 Jenis – Jenis KIOSK | 22 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 35 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian dan Statistik Deskriptif Responden | 100 |
| A. Identitas Responden | 101 |
| B. Tanggapan Responden..... | 102 |
| LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Data Penelitian | 104 |
| LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel..... | 108 |
| A. Uji Validitas Variabel Airport Accesibillity (Aksesibilitas Bandara) | 109 |
| B. Uji Reliabilitas Variabel Airport Accesibility (Aksesibilitas Bandara)..... | 110 |
| C. Uji Validitas Variabel Security Check (Pemeriksana keamanan) | 110 |
| D. Uji Reliabilitas Variabel <i>Security Check</i> (Pemeriksana keamanan)..... | 111 |
| E. Uji Validitas Variabel Terminal Facilities (Fasilitas Terminal Bandara)..... | 111 |
| F. Uji Reliabilitas Variabel Terminal Facilities (Fasilitas Terminal Bandara)..... | 112 |
| G. Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction (Fasilitas Terminal Bandara)..... | 112 |
| H. Uji Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction (Fasilitas Terminal Bandara)..... | 113 |
| I. Uji Validitas Variabel <i>Service Innovation</i> (Inovasi Layanan)..... | 113 |
| J. Uji Reliabilitas Variabel Service Innovation (Inovasi Layanan)..... | 114 |
| K. Uji Validitas Variabel Customer Value (Nilai Pelanggan)..... | 115 |
| L. Uji Reliabilitas Variabel Customer Value (Nilai Pelanggan)..... | 116 |
| LAMPIRAN 4 Hasil Uji Outer Model, Uji Inner Model dan Hubungan Antar Konstrak | 117 |
| A. Cross Loading antar indikator dengan konstrak | 118 |
| B. Korelasi Antar konstrak Akar AVE..... | 119 |
| C. Composite Reliability | 119 |
| D. R Square dan Path Coeffecients..... | 119 |
| E. Hubungan Antar Konstrak | 121 |

BAB I

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. Perekonomian suatu negara pun juga memperoleh sejumlah besar manfaat dari industri transportasi udara, bandara dan transportasi udara dapat meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan taraf hidup banyak orang yang terlibat di dalam industri ini. Kontribusi terpenting dari industri transportasi udara adalah memiliki dampak terhadap pertumbuhan bisnis di dunia global dan ekonomi nasional.

Pada masa sekarang ini transportasi udara sangat berkembang di Indonesia, dikarenakan transportasi ini merupakan salah satu pilihan jasa transportasi yang sangat cepat dan menghemat waktu. Penyedia jasa ini perlu meningkatkan

pelayanannya dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan melakukan inovasi – inovasi yang mendukung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Persaingan dalam bisnis layanan jasa di masa sekarang juga benar – benar berkembang pesat. Banyak perusahaan berusaha meningkatkan kualitas layanannya untuk mempertahankan pelanggan dan membuat inovasi – inovasi yang menarik pelanggan. Sehingga kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut akan terjaga. Salah satu perusahaan terbesar yang bergerak di sektor jasa angkutan udara di Indonesia adalah PT. Angkasa Pura I, Sebagai pengelola bandar udara di setiap daerah di seluruh Indonesia. PT. Angkasa pura terbagi menjadi dua bagian wilayah yang dimana masing masing perusahaan mengelola bagian daerah masing- masing. Untuk wilayah Indonesia barat dikelola oleh PT. Angkasa Pura II dan untuk wilayah Indonesia Timur dikelola oleh PT. Angkasa Pura I. Untuk Bandara Adisutjipto yang berlokasi di kota Yogyakarta yang terdiri dari terminal bandara 1 (T1) maupun terminal bandara 2 (T2) dikelola oleh PT. Angkasa Pura I. Meskipun perusahaan ini adalah perusahaan milik negara namun kualitas layanan dan fasilitas yang disediakan tetap harus diperhatikan untuk menciptakan citra yang positif dari pelanggan bagi perusahaan tersebut.

Masyarakat pun juga menilai bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan oleh penyedia transportasi. Mulai dari pelayanan, kenyamanan dan keamanan yang dapat menunjang masyarakat untuk berpergian kedaerah lain. Kualitas pelayanan yang maksimal, efektif, efisien dan kepastian dalam waktu akan lebih dipilih oleh para penumpang. Meskipun kenyataan di lapangan yang terjadi masih ada beberapa penumpang atau masyarakat yang mengalami keterlambatan jam terbang dan berbagai kenadala yang lain. Sehingga masyarakat yang sekarang lebih jeli dalam memilih

transportasi yang sesuai dengan kebutuhan dan ke efektifan waktu. Peran bandara udara sangat penting dalam jaringan transportasi merupakan fungsi yang sangat penting dalam sistem transportasi.

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 fasilitas yang ada agar para pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan pada saat bepergian di Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Kepentingan konsumen bandara yang sangat beragam harus mendapatkan pelayanan seusai dengan harapan mereka agar penilai yang di dapatkan terhadap inovasi dan pelayanan yang dirasakan konsumen itu dapat terus meningkat. Lebih jauh dikatakan , meskipun konsumen yang datang kebandara 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).

Bandara Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta merupakan gerbang udara wisata terpenting bagi kawasan segitiga, yaitu Yogyakarta, Solo dan Semarang, dengan daerah pelayanan yang mencakup wilayah DIY, Jawa Tengah Bagian Selatan,

dan Jawa Timur Bagian Barat. Tidak heran berdasarkan statistik jumlah penumpang selalu meningkat setiap tahun sekitar 40% persen pada bandara domestik dan International karena letaknya juga berada di tengah- tengah beberapa kota yang terhubung.

Berikut tabel jumlah penumpang dan kargo bandara Adisutjipto tahun 2013- 2017 :

Tabel 1.1
Statistik Jumlah penumpang Bandara Adisutjipto 2013-2017

| TAHUN | KETERANGAN | KEDATANGAN | KEBERANGKATAN | TRANSIT |
|-------|------------|------------|---------------|---------|
| 2017 | PESAWAT | 22.344 | 21.987 | - |
| | PENUMPANG | 2.498.988 | 2.422.943 | 4.088 |
| | BAGASI | 20.321.933 | 20.223.405 | - |
| | KARGO | 5.493 | 6.533 | - |
| 2016 | PESAWAT | 20.023 | 21.293 | - |
| | PENUMPANG | 2.134.322 | 2.302.911 | 3.543 |
| | BAGASI | 19.878.900 | 19.498.988 | - |
| | KARGO | 4.543.323 | 4.455.433 | - |
| 2015 | PESAWAT | 18.987 | 18.767 | - |
| | PENUMPANG | 1.757.905 | 1.745.655 | 3.757 |
| | BAGASI | 12.107.116 | 13.679.098 | - |
| | KARGO | 3.861.489 | 6.616.337 | - |
| 2014 | PESAWAT | 21.730 | 21.736 | - |
| | PENUMPANG | 2.942.287 | 5.143.638 | 8.357 |
| | BAGASI | 18.781.236 | 21.470.363 | - |
| | KARGO | 5.734.598 | 10.294.051 | - |
| 2013 | PESAWAT | 19.570 | 19.576 | - |
| | PENUMPANG | 2.564.602 | 2.529.667 | 15.379 |
| | BAGASI | 16.502.716 | 19.191.944 | - |
| | KARGO | 4.388.920 | 8.109.691 | - |

Sumber: www.Hubud.dephub.go.id

Dari tabel 1.1 bisa dilihat bahwa untuk penerbangan domestik di Bandara Adisutjipto terus mengalami kenaikan dari tahun 2013 hingga 2017. Bandara Adisutjipto dalam tabel tersebut juga merupakan bandara yang menjadi tempat transit

untuk penumpang untuk melakukan penerbangan selanjutnya. Dari data tabel di atas dapat menggambarkan bahwa pengguna jasa transportasi udara dari tahun 2013 sampai 2017 di Bandara Adisutjipto mengalami kenaikan, dan Bandara Adisutjipto merupakan salah satu bandara terpadat di Indonesia selain Bandara Soekarno Hatta di Jakarta dan Bandara Juanda di Surabaya.

Begitu pentingnya peran layanan dan inovasi dalam menciptakan citra yang baik bagi perusahaan. Untuk itu pihak Angkasa Pura I sebagai pengelola Bandara Udara Adisutjipto juga selalu berupaya untuk meningkatkan layanannya. Untuk meningkatkan layanan salah satu caranya melakukan inovasi, salah satu inovasi yang sudah pernah dilakukan yaitu pengadaan alat pemindai suhu tubuh. Seperti saat ini banyak kota di beberapa negara bagian Amerika Serikat yang terkena wabah virus flu babi dikhawatirkan akan mengancam dunia pariwisata di Indonesia termasuk di Yogyakarta. Menurut Kristianto Purnomo dalam situsnyanya <https://regional.kompas.com/read/2017/10/01/12363051/pengumuman-di-bandara-adisutjipto-pakai-bahasa-jawa> bahwa Bandara Adisutjipto melakukan inovasi yaitu menggunakan penambahan bahasa yaitu bahasa Jawa untuk pengumuman keberangkatan, kedatangan dan pengumuman transit pesawat, hal ini dilakukan untuk memudahkan informasi bagi penumpang dari Yogyakarta dan sekitarnya. Pengumuman dengan bahasa Jawa juga untuk menonjolkan ciri khas dari budaya Jawa dari Yogyakarta.

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. Ketiga faktor tersebut yang menjadi tolak ukur paling kuat untuk menentukan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Pada saat kepuasan sudah dirasakan oleh pelanggan maka mereka merasa akan mendapatkan pengalaman perjalanan yang berkesan sehingga akan menimbulkan penilaian positif yang baik pada bandara Adisutjipto. Untuk penerapan Inovasi layanan yang bisa diberikan oleh Bandara Adisutjipto ada beberapa jenis inovasi layanan yang bisa dilakukan yaitu Kiosk dengan teknologi *Self-Servie* pada loket tiket, swalayan dll, dan mesin pemeriksaan *X-ray*, Micro hotel dan penggunaan sosial media oleh pihak Bandara (Murphy, 2007).

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 di atas. 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 “.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Airport accesibility* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* ?
2. Apakah *Security check* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* ?
3. Apakah *Terminal facilities* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* ?
4. Apakah *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer value* ?
5. Apakah *Service Inovation* memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer satisfaction* dan *Customer value* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Airport accesibility* (AA) terhadap *Customer satisfaction* (CS)
2. Untuk mengetahui pengaruh *Security check* (SC) terhadap *Customer satisfaction* (CS)
3. Untuk mengetahui pengaruh *Terminal facilities* (TF) terhadap *Customer satisfaction* (CS)
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer satisfaction* (CS) terhadap *Customer value* (CV)
5. Untuk mengetahui *Service Inovation* memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer satisfaction* (CS) dan *Customer value* (CV)

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai bentuk dari hasil konkrit atau nyata dari proses pembelajaran selama duduk di bangku perguruan tinggi Universitas Islam Indonesia (UII) dalam bidang manajemen operasional, khususnya segala hal yang berkaitan dengan penelitian yang akan saya lakukan.

2. Bagi Akademik

Dapat menambah referensi bagi mahasiswa manajemen FE UII apabila ada yang tertarik untuk mengembangkan atau menjadikannya acuan dalam mengerjakan penelitiannya di waktu yang akan datang. Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi ilmu manajemen operasional

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu alat bantu untuk memecahkan permasalahan yang terjadi dalam perusahaan dan juga meningkatkan *awareness* perusahaan terhadap komponen pendukungnya agar performa perusahaan dapat meningkat sehingga menjamin kehidupan perusahaan agar mampu melanjutkan pembangunan kinerja perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diajukan dalam penyusunan skripsi ini untuk memberikan gambaran dari permasalahan pokok yang dicakup dalam uraian ringkas pada masing-masing bab. Adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendasari pembahasan secara lengkap dan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis, turunan hasil-hasil penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan informasi lain yang membentuk kerangka teori yang berguna dalam penyusunan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang dipilih untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada, populasi dan sampel, data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan pengukurannya, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada intinya bab ini berisi penyajian dan analisis data. Pada bab ini peneliti menyajikan hasil pengumpulan serta analisis data, sekaligus menemukan jawaban atas hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan penelitian yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

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).

Akses bandara dan aksesibilitas adalah dua konsep yang berbeda. Aksesibilitas didefinisikan sebagai "sejauh mana penggunaan lahan dan sistem transportasi memungkinkan (kelompok) individu untuk mencapai kegiatan atau tujuan dengan menggunakan (kombinasi) transportasi (s)", sedangkan akses bandara mengacu pada peluang (dan tingkat upaya) yang terkait dengan memasuki sistem transportasi dari individu atau daerah yang menuntut layanan (Fangwu Wei June, 2016).

2.12. 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).

Total biaya akses bandara dapat ditulis sebagai kombinasi linear termasuk semua komposisi aksesibilitas sebagai rumus yang tercantum di bawah ini (Bao, Hua dan Gu, 2016).

$$S = F + T + C \quad (1)$$

S = total biaya perjalanan penumpang ke bandara

F & T = biaya pengeluaran dan biaya waktu penumpang dalam perjalanan ke Bandara

C = biaya kelelahan penumpang dalam perjalanan ke Bandara.

Aksesibilitas bandara merupakan faktor penting untuk pilihan bandara dan oleh karena itu juga untuk dijadikan keunggulan oleh berbagai terminal bandara bisa bersaing. Ketika penumpang udara merencanakan perjalanannya, mereka merefleksikan rantai perjalanan mereka dari pintu ke pintu di bandara tersebut. Oleh karena itu, 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).

Sebagian besar bandar udara terkait erat dengan pasar regional. Lebih lanjut, juga penting untuk dicatat bahwa manfaat yang terkait dengan akses lokasional ke bandara dan aksesibilitasnya ke jaringan udara global yang lebih besar juga dapat bervariasi secara substansial dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penting dan perlu untuk memeriksa keadaan jaringan maskapai saat ini, akses bandara dan konektivitas, dan aksesibilitas sistem untuk mengevaluasi kebijakan transportasi (Fangwu Wei ,2016).

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)

Terlepas dari hal – hal tersebut , penumpang mungkin masih kesulitan menerima pemeriksaan yang di lakukan pada setiap pos keamanan bandara yang membuat perjalanan penumpang tertunda – tunda karena harus melakukan pemeriksaan. Masih ada korelasi yang jelas antara kepuasan pelanggan, waktu tunggu dan kualitas yang

dirasakan dalam pemeriksaan keamanan, laporan kepuasan penumpang ditinjau untuk mengidentifikasi masalah penting yang dipertimbangkan penumpang saat menentukan apakah pengalaman layanan mereka di bandara cukup memuaskan (Chen, *et al.*, 2015)

2.1.4 Definisi Inovasi

Inovasi adalah hasil rekombinasi dari sumber daya yang ada, logikanya inovasi menunjukkan bahwa semakin banyak manusia menciptakan pemikiran baru, maka semakin banyak juga yang akan mereka temukan. Artinya, setiap inovasi baru menjadi modul yang dapat dikombinasikan dengan sumber daya lain yang, pada gilirannya, menjadi modul untuk kemungkinan yang lebih inovatif, Artinya penggunaan inovasi tidak terbatas (Erspective dan Lusch, 2015).

Inovasi berdasarkan karakternya di bagi menjadi dua dimensi, Dimensi pertama berkaitan dengan kemungkinan untuk suatu inovasi menjadi proses atau hasil dari proses ini, Inovasi sebagai suatu proses mengacu pada kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan inovasi dan dijelaskan dengan konsep-konsep seperti produksi dan kemunculan, penemuan dan penciptaan, pengembangan, penyelesaian dan implementasi, atau pengantar dan aplikasi. Inovasi sebagai hasil dari proses ini dipertimbangkan dalam hal ide-ide baru, kombinasi, solusi atau proses, produk dan prosedur Dimensi kedua berkaitan dengan pentingnya diberikan kepada konsep pengetahuan dalam konseptualisasi inovasi (Quintane *et al.*, 2011)

Inovasi sebagai hasil didefinisikan inovasi sebagai karakteristik hasil akhir dari hasil seperti novel, dapat digunakan, atau penting (Jaffe et al., 1993). Definisi-definisi ini membantu mengidentifikasi apa yang merupakan suatu inovasi, tetapi juga

mengklasifikasikan inovasi ke dalam kategori untuk analisis lebih lanjut (Quintane *et al.*, 2011)

Inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara – cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Kemudian inovasi dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Inovasi yang berhasil adalah Inovasi yang menciptakan nilai besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama (Avanti Fontana ,2011).

Inovasi dipandang sebagai kombinasi baru dari pengetahuan baru dan yang sudah ada, yang harus dibedakan secara jelas dari invensi. Schumpeter berpendapat bahwa untuk membedakan penawaran baru dari proses komersialisasi dan evaluasi hasilnya. Sementara sebuah penemuan dapat merujuk pada setiap produk, layanan, proses, atau ide baru, sebuah penemuan harus diperkenalkan di pasar dan menghasilkan keuntungan substansial sebelum dapat dianggap sebagai inovasi karena penemuan-penemuan itu sendiri tidak memiliki nilai yang melekat (Witell *et al.*, 2016).

Toivonen dan Tuominen (2009) mendefinisikan inovasi layanan 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 untuk pengembangnya, tetapi dalam konteks yang lebih luas.

Inovasi adalah implementasi produk baru atau yang ditingkatkan secara signifikan (baik atau layanan), atau proses, metode pemasaran baru, atau metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal. Ciri umum dari suatu inovasi adalah bahwa hal itu pasti telah dilaksanakan. Produk baru adalah produk yang ditingkatkan, diterapkan dan diperkenalkan di pasar. Proses baru, metode pemasaran atau metode organisasi diimplementasikan ketika mereka benar-benar digunakan dalam operasi perusahaan. Definisi berhubungan dengan produk, proses dan dua metode, pemasaran dan organisasi. (Gault, 2016)

Inovasi produk dan proses harus 'baru atau meningkat secara signifikan' sementara dua metode harus 'baru'. Dalam survei inovasi, keadaan produk, proses atau metode ditentukan oleh responden survei. Selain menjadi 'baru atau meningkat secara signifikan' suatu produk harus 'diperkenalkan di pasar' dan proses atau metode harus 'dibawa ke dalam penggunaan yang sebenarnya dalam operasi perusahaan'. Inovasi berlangsung saat kedua kondisi telah dipenuhi. (Gault, 2018)

2.1.4.1 Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi memiliki pengaruh terhadap cepat atau lambatnya penerimaan inovasi oleh masyarakat (Rogers, 1995). Beberapa karakteristik yang mempengaruhi cepat lambatnya penerimaan inovasi adalah :

- 1) Keunggulan relatif (*relative advantage*) – Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat di ukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya.
- 2) Kompatibilitas (*compatibility*) - Kompatibel ialah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.
- 3) Kerumitan (*complexity*) - Kompleksitas ialah, tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.
- 4) Kemampuan diujicobakan (*trialability*) – Kemampuan untuk diujicobakan adalah dimana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.
- 5) Kemampuan untuk diamati (*observability*) - Yang dimaksud dengan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang

hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

2.1.4.2 Jenis Inovasi

Definisi umum dari empat jenis inovasi menurut Gault, (2015) sebagai berikut :

- 1) Inovasi produk adalah produk, tersedia bagi pengguna potensial, yang baru atau secara signifikan berubah sehubungan dengan karakteristik atau tujuan penggunaannya.
- 2) Inovasi produksi atau penyampaian adalah implementasi proses produksi atau pengiriman yang baru atau sangat berubah. Ini termasuk perubahan signifikan dalam input, infrastruktur dalam kelembagaan, dan teknik.
- 3) Inovasi organisasi adalah implementasi metode organisasi baru atau yang berubah secara signifikan dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal dari unit institusional.
- 4) Inovasi pemasaran / komunikasi adalah implementasi metode baru atau yang berubah secara signifikan untuk mempromosikan produk unit institusional.

2.1.5 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 jarak melalui proses yang mudah (Sundbo, 1997).

Inovasi layanan yang merupakan pembalikan teori siklus produk Schumpeterian. Dalam siklus produk Barras, proses inovasi dilakukan sebelum inovasi produk. Siklus ini terdiri dari tiga fase: peningkatan efisiensi, peningkatan kualitas dan produk baru. Dalam fase efisiensi yang ditingkatkan, perusahaan yang sudah mapan melakukan investasi awal dalam teknologi informasi baru, yang mengarah pada inovasi proses tambahan seperti meningkatkan efisiensi pengiriman produk yang ada, meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan mengurangi biaya. Dalam fase peningkatan kualitas, organisasi berinvestasi dalam inovasi proses radikal untuk meningkatkan produk yang sudah ada. Dalam fase produk baru, strategi kompetitif bergeser ke diferensiasi produk, produk baru, pasar baru, dan peluang bisnis baru (Baras,1986).

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).

Untuk mengidentifikasi perbedaan dalam asumsi dasar tentang inovasi layanan, Inovasi layanan dikategorikan menjadi tiga perspektif yang berbeda: asimilasi, demarkasi, dan sintesis (Witell *et al.*, 2016). :

Perspektif Asimilasi

Studi menggunakan perspektif asimilasi adalah yang paling banyak digunakan dan fokus pada dampak teknologi baru, yang studi awal dianggap sebagai pendorong utama inovasi layanan. Perspektif asimilasi dapat digunakan untuk mempelajari dan menganalisis inovasi layanan dengan menggunakan , mengadaptasi teori dan instrumen yang sama yang dikembangkan untuk riset inovasi produk tradisional, tetapi tanpa terjemahan atau modifikasi. Asumsi penting dari perspektif ini adalah bahwa sektor jasa menjadi lebih mengarah pada teknologi. Pendekatan asimilasi terhadap inovasi, perusahaan jasa didominasi oleh pemasok dengan kata lain, perusahaan jasa adalah penerima inovasi pasif dari sektor lain.

Perspektif Demarkasi

Perspektif demarkasi, sebaliknya, menunjukkan bahwa inovasi layanan pada dasarnya berbeda dalam sifat dan karakter dari inovasi produk. Perspektif ini menantang landasan teoritis untuk studi inovasi dan berpendapat untuk teori-teori dan konsep-konsep layanan-khusus yang dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis inovasi layanan (Barras, 1998). Peneliti demarkasi berpendapat bahwa studi tentang inovasi telah gagal mengenali kekhususan layanan dan telah mengabaikan kontribusi penting yang diberikan oleh layanan terhadap produk (Gadrey, Gallouj, dan Weinstein, 1995)

Perspektif Sintesis

Perspektif sintesis adalah kritik terhadap asimilasi dan perspektif demarkasi inovasi layanan. Gagasan utama dari perspektif ini adalah bahwa teori-teori tentang inovasi layanan harus cukup luas untuk mencakup inovasi dalam layanan dan manufaktur dan harus memberikan perspektif integratif yang tidak terbatas pada inovasi teknologi. Pandangan neo-Schumpeterian tentang inovasi layanan menekankan bahwa pembangunan ekonomi didorong oleh munculnya kombinasi baru (inovasi) yang secara ekonomi lebih layak daripada solusi sebelumnya

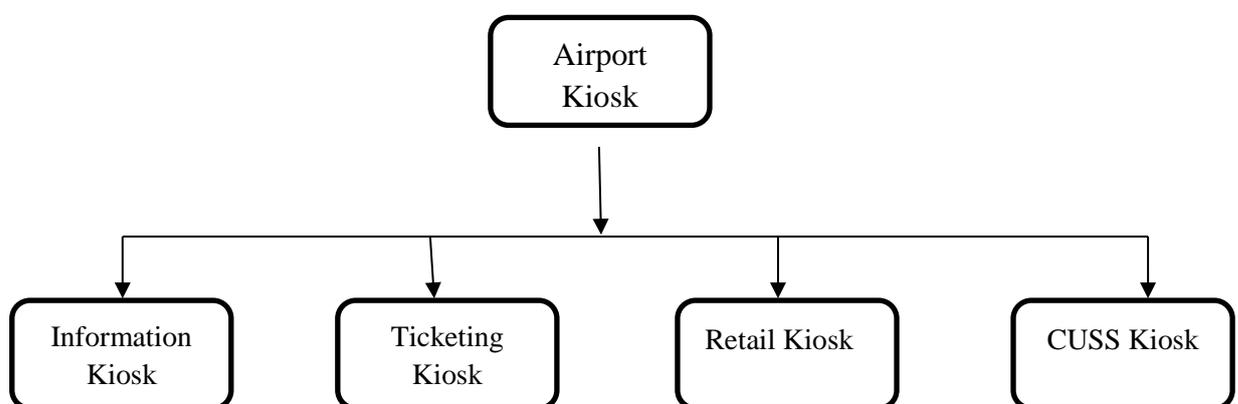
Perusahaan yang berfokus pada pelanggan selalu mencari nilai untuk menciptakan arus pelanggan yang terus menerus, tanpa mengabaikan perspektif pengguna, Kerangka kerja sama yang sama dengan bandara milik negara (Murphy 2007). Ada beberapa inovasi layanan dan fasilitas yang diberikan bandara yang disini merupakan faktor – faktor yang dianggap akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan nilai lebih dimata pelanggan di antaranya *Kiosk* (Swalayan), *Airport Micro Hotel*, Pemeriksaan X ray dan *security check* serta penggunaan sosial media yang memudahkan pelanggan mencari informasi –informasi mengenai bandara yang ingin dikunjungi (Chen, Batchuluun and Batnasan, 2015).

2.1.6 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).

Kios bandara adalah meja mandiri atau terminal komputer interaktif yang menyediakan informasi, barang, atau layanan atau disebut dengan Kios Informasi. Di banyak bandara, individu dapat membeli tiket, memeriksa bagasi, dan memantau status kedatangan dan keberangkatan penerbangan di kios khusus komputer. Beberapa jalur udara bergantung pada kios untuk mengurangi kemacetan dan mencegah antrean panjang di konter *check-in* atau di sebut dengan *CUSS* kios. Kios bandara juga bisa menjadi bilik di mana orang dapat membeli makanan, majalah, atau suvenir dari penjual sebelum atau sesudah penerbangan atau biasa disebut kios swalayan ritel (Kaur, 2015). 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

Ada teknologi baru yang disebut *self-service technology* (SST). Teknologi swalayan adalah objek yang memungkinkan pelanggan berinteraksi langsung dengan perangkat lunak swalayan tanpa bantuan pegawai kios sedikitpun. Kios semacam itu dapat ditemukan di berbagai lokasi, dan biasanya mereka menggunakan perangkat lunak dalam sistem yang sulit dan protektif. *Self service Kiosk* (SSK) juga merupakan komputer yang ditempatkan di meja atau meja di area yang mudah diakses yang dapat digunakan pelanggan untuk berbelanja minuman dan makanan ringan (Chen *et al.*, 2015).

Ketika konsumen menggunakan proses transaksi *self service kiosk*, proses perpindahan teknologi layanan tersebut dirasa membuat keraguan oleh konsumen terhadap barang yang dibeli sehingga konsumen mempertimbangkan hal emosional tersebut pada teknologi ini, apakah teknologi tersebut bermanfaat atau tidak (Bennet, 2009). Ada banyak penelitian tentang teknologi swalayan yang sebagian besar berfokus pada atribut teknologi swalayan dari kualitas layanan, dampak penyedia layanan, dan faktor dampak kinerja teknologi swalayan *self-service technologies* / SST. (Murphy, 2007).

2.1.7 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)

2.1.8 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)

Penggunaan sosial media oleh bandara telah menerima respon yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir meskipun banyak perhatian dari praktisi daripada penelitian akademis. ACI-Eropa pada tahun 2011 dan 2012 melaporkan tentang bagaimana sosial media dan tren digital lainnya berdampak pada bandara Eropa dan penumpangnya. Dikutip dari Twentyman (2010) mereka membahas bagaimana

bandara semakin beralih ke situs jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan penumpang.

Sosial media adalah tema utama di *World Routes 2011* dengan presentasi tentang bagaimana media sosial dapat mendukung pengembangan rute di bandara (Chen *et al.*, 2015). Peran media sosial untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan komersial di bandara. *AirGate Solutions* mengidentifikasi sejumlah inisiatif media sosial yang digunakan oleh bandara untuk membangun merek mereka dan mendorong keterlibatan dan loyalitas pelanggan (Halpern, 2014)

Sebagian besar aplikasi media sosial dirancang seperti aplikasi sosial media biasa agar mudah digunakan oleh teman atau orang-orang dengan kepentingan bersama, sebagai alat untuk menghubungkan, berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain (Correa & Hinsley 2010). Namun, semakin banyak bisnis memiliki kehadiran media sosial, menawarkan tautan langsung dari situs web perusahaan mereka, dan menggunakannya untuk mempromosikan merek mereka dan mendukung terciptanya komunitas merek (Kaplan & Haenlein 2010).

2.1.9 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. Jenis Hotel yang terdapat di berbagai bandara menurut Chen *et al* (2015) yaitu :

Airport Hotels

Airport hotel merupakan fasilitas hotel yang digunakan oleh pengunjung bandara dikarenakan banyak tamu yang datang terutama wisatawan, yang di karenakan penundaan penerbangan, penukaran penerbangan, juga wisatawan yang baru tiba, dikarenakan *Airport Hotel* berjarak tidak jauh dari landasan udara. , Bangunan dan desain dalam kamar hotel terkesan sederhana karena memang di peruntukan untuk persinggahan sementara saja. Hotel jenis ini disebut dengan.

Short stay Hotel / Transit Hotel

Hotel dimana para tamunya rata-rata menginap hanya untuk satu atau dua malam. Hotel transit yaitu hotel yang mayoritas tamu tinggal hanya singgah (*transit*) yaitu kurang dari 24 jam sampai dengan 3 malam, dan apabila tamu kurang dari 24 jam (*not over night*) maka tarifnya hanya diberikan 50% dari *full rate* serta pemakaiannya termasuk *day use*.

2.1.10 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).

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Dari definisi tersebut berarti kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kinerja dari suatu produk atau jasa apabila kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya jika tidak sesuai maka pelanggan akan memberikan respon yang kurang memuaskan bagi dirinya (Kotler , 1997).

Terdapat tiga komponen umum yang membentuk konstruksi kepuasan pelanggan. Pertama, kepuasan pelanggan merupakan ringkasan tanggapan afektif yang bervariasi dalam intensitas. Kedua, responnya berkaitan dengan fokus tertentu, baik itu pilihan produk, pembelian atau konsumsi akhir. Akhirnya, respons terjadi pada waktu tertentu yang bervariasi menurut situasi, tetapi umumnya terbatas dalam durasi. Ketiga aspek ini menyediakan kerangka kerja untuk definisi operasional spesifik konteks. Mereka menggambarkan kepuasan pelanggan sebagai Ringkasan tanggapan afektif dari berbagai intensitas, dengan titik waktu khusus penentuan dan durasi terbatas, diarahkan pada aspek focal perolehan produk dan / atau konsumsi (Caruana, 2002).

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan (Barnes, 2003).

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.

2.1.11 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).

Nilai pelanggan, sebagaimana yang dipersepsikan oleh pemikiran akademis, dapat digambarkan sebagai nilai yang ditawarkan suatu produk kepada seorang pelanggan, mempertimbangkan semua fitur yang nyata dan tidak berwujud (Flint, 2001). Karena nilai yang diinginkan pelanggan berusaha untuk menjelaskan mengenai kebutuhan, dan keinginan pelanggan dalam suatu penawaran , peneliti telah menggunakan teori *means-end* sebagai latar belakang teoritis untuk menafsirkan nilai pelanggan. *Meands – end theory* bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pelanggan berusaha untuk mencapai yang apa yang diinginkan atau tujuan akhir dengan memilih

produk atau layanan (sarana) yang memungkinkan untuk mencapai tujuannya (Chen *et al.*, 2015).

Dalam istilah kompetitif, nilai adalah jumlah yang bersedia dibayar oleh pembeli untuk sesuatu yang disediakan oleh perusahaan (Porter, 1985). Nilai dalam literatur manajemen dapat, pada tingkat umum, menjadi dibagi menjadi tiga kategori: nilai pemegang saham, nilai pemangku kepentingan dan nilai pelanggan. Dari nilai-nilai ini, nilai pelanggan telah diperdebatkan dan terbukti menjadi sumber fundamental dari dua bentuk nilai lainnya (Lemon, 2001). Meskipun memaksimalkan nilai pemegang saham adalah aksioma para ekonom keuangan sebagai dasar kesuksesan, nilai fundamental tercipta pada hubungan dengan pelanggan. Pada akhirnya, nilai pemegang saham berasal dari hubungan pelanggan yang menguntungkan, bukan dari pasar saham. (Gronroos, 2000).

Definisi Nilai Pelanggan merupakan keseluruhan penilaian pelanggan tentang kegunaan suatu produk yang berdasar pada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan (Zeithaml, 2001). Nilai pelanggan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi pelanggan atas apa yang didapat dengan biaya yang dikeluarkan (Chen *et al.*, 2015)

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa secara garis besar nilai pelanggan merupakan keseluruhan penilaian konsumen terhadap suatu produk atau pun jasa berdasarkan reaksi dari pengalaman nya merasakan seberapa banyak manfaat yang didapatkan dan seberapa besar yang dikorbankan untuk mendapatkan produk.

2.1.12 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.

Secara umum, nilai yang dirasakan pelanggan terdiri dari dua dimensi: nilai yang berorientasi pada produk dan nilai yang berorientasi pada hubungan (antara penjual dan pembeli). Nilai berorientasi produk, merupakan karakteristik dari *Goods Dominant Logic* (GDL), artinya nilai yang membatasi tradeoff untuk transaksi. 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 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan juga perbedaan yang mendukung penelitian ini :

2.2.1 James K.C. Chen, Amrita Batchuluun, Javkhuu Batnasan (2015)

Penelitian dari James yang berjudul “ *Services innovation impact to customer satisfaction and customer value enhancement in airport* “ pada tahun 2015. Penelitian terdahulu menggunakan teori Means – end yang bertujuan untuk menyelidiki faktor inovasi layanan dan menguji pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan pada airport di dunia. Calon responden diambil dari masyarakat yang pernah atau sering menggunakan Bandara untuk bepergian, jumlah responden yang dapat dikumpulkan yaitu sebanyak 300 responden yang dikumpulkan melalui survei online dan kuesioner dalam waktu beberapa bulan. Metode analisis sample yang digunakan yaitu Kuantitatif, Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data kuisisioner dalam penelitian terdahulu adalah SPSS 20 sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis regresi linier.

Pada penelitian terdahulu hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan inovasi layanan. Penelitian ini melakukan analisis terhadap layanan inovatif seperti self-check-in kios, sinar-X, media komunikasi sosial, dan *micro-hotel* di bandara. Hasil menunjukkan keempat layanan tersebut menunjukkan efek moderasi positif. Pemeriksaan keamanan (Security Check) merupakan faktor evaluasi yang paling penting dalam layanan bandara. Dalam penelitian terdahulu dan sekarang persamaannya menggunakan variabel yang sama yaitu Inovasi Layanan, Kepuasan pelanggan dan Nilai Pelanggan. Dalam penelitian terdahulu dan sekarang perbedaannya yaitu terletak pada Objek penelitian penelitian terdahulu meneliti dengan objek Bandara di dunia yaitu di Eropa, Asia dll, sedangkan Penelitian sekarang meneliti pada Bandara Adi Sutjipto Yogyakarta.

2.2.3 Mohamed Ismail El-Adly, Riyad Eid (2016)

Penelitian yang dilakukan Adly dan Riyad ini berjudul “*An empirical study of the relationship between shopping environment, customer perceived value, satisfaction, and loyalty in the UAE malls context*” Sampel penelitian dari penelitian ini terdiri dari pembeli mal di atas 18 tahun di tiga kota utama di UAE (yaitu, Abu Dhabi, Dubai, dan Alsa) Menggunakan teknik mal intercept bersama dengan metode kuesioner yang dikelola sendiri, 400 kuesioner didistribusikan pembelanja tomall yang diminta oleh 5 universitas senior yang terlatih universitas untuk mengambil beberapa menit untuk mengisi kuesioner.

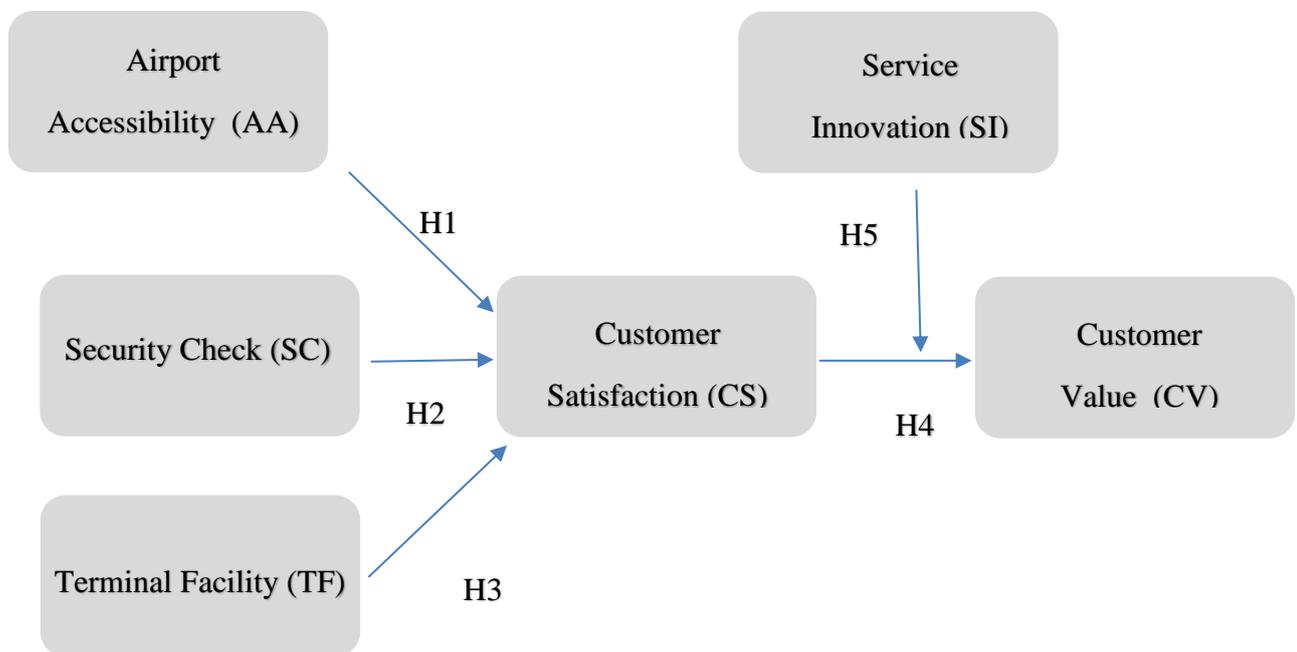
Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki melalui pemodelan persamaan struktural (SEM) hubungan antara lingkungan belanja, nilai yang dirasakan pelanggan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam hal mal di Uni Emirat Arab (UEA). Hasil utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan mal adalah anteseden dari pelanggan yang dirasakan nilai mal (MALLVAL) dan kepuasan pelanggan.

MALLVAL memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap mal. Selain itu, MALLVAL dan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara lingkungan mall dan loyalitas pelanggan. Akhirnya, kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara MALLVAL dan loyalitas pelanggan ke mal. Beberapa implikasi teoritis dan manajerial dari temuan ini dibahas.(El-Adly and Eid, 2016)

Kesamaan dari penelitian ini terhadap penelitian sekarang yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu *Structural Equation model* (SEM) dan penelitian ini juga ingin mengetahui pengaruh lingkungan belanja dengan kepuasan pelanggan dan nilai loyalitas pelanggan. Perbedaannya dengan penelitian yang sedang diteliti yaitu pada variabel yang di tetap kan dan objek penelitian pada penelitian ini yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu Lingkungan belanja pada Pusat peberlanjaan / Mall di Dubai sedangkan pada penelitin yang dilakukan sekaran objeknya adalah Bandara Adisutjipo Yogyakarta.

2.3 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

2.4 Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan tentatif, namun dapat diuji, yang memprediksi apa yang diharapkan ditemukan dalam data empiris peneliti . Hipotesis berasal dari teori di mana model konseptual Anda didasarkan dan sering bersifat relasional (Sekaran dan Bougie, 2010). Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat ditarik rumusan atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesis sebagai berikut :

H 1 : *Airport Accessibility* (AA) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS)

Airport accessibility Bandara merupakan hal yang perlu diperhatikan karena pada saat pelanggan merencanakan sebuah perjalanan melalui bandara maka yang diharapkan pelanggan yaitu memiliki cara yang mudah untuk sampai di tempat tujuan dan tidak banyak waktu yang terbuang (Górecka, 2016). , Oleh karena itu, salah satu faktor ini yang diduga dapat memengaruhi persepsi pengunjung yang melebihi faktor harga dan kualitas layanan udara dari bandara ke bandara lainnya adalah aksesibilitas bandara.

Apabila Aksesibilitas bandara ini dirasa kurang memuaskan maka aksesibilitas bandara ini dianggap oleh sebagian besar penumpang merupakan salah satu hambatan untuk bepergian, salah satu penyebab nya aksesibilitas bandara kurang memuaskan yaitu terlalu minim petunjuk arah yang sebenarnya harus ditulis untuk mengarahkan penumpang dan memberikan informasi penting lainnya, dan juga tidak kalah penting layanan tambahan lainnya, seperti shuttle bus gratis yang memiliki jadwal bus shuttle harus dipublikasikan secara luas dan visual untuk memudahkan perjalanan pelanggan untuk sampai di tujuan. Oleh karena itu Aksesibilitas bandara di duga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan bandara , terutama pada pelanggan yang mungkin baru pertama kali bepergian melalui bandara tersebut akan dengan cepat mempunyai penilaian tentang aksesibilitas bandara tersebut. Pada penelitian sebelumnya

H2: *Security Check* (SC) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS)

Pemeriksaan keamanan bandara (*Security Check*) merupakan sebuah metode yang dianggap penting untuk dilakukan terhadap penumpang karena metode pemeriksaan keamanan 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 (Gkritza dan Niemeier,2006).

Teori tersebut menyimpulkan bahwa isu-isu terkait keamanan adalah isu yang paling diprioritaskan untuk penumpang. Ini berarti penumpang bersedia lebih sabar untuk mengikuti prosedur pemeriksaan keamanan dan lebih puas dengan bandara yang memiliki prosedur pemeriksaan keamanan tinggi , namun apabila pemeriksaan keamanan bandara kurang memuaskan karena terdapat beberapa masalah misalnya, beberapa mesin pemeriksaan *X-ray* di bandara mengalami kerusakan dan hanya satu mesin saja yang berfungsi maka akan mengakibatkan antrian yang cukup panjang untuk memasuki tempat selanjtnya yang dituju dan masalah tersebut akan memberikan kerugian waktu untuk pelanggan dan pelanggan merasa kecewa terhadap pemeriksaan yang kurang baik. Oleh karena itu Pemeriksaan keamanan diduga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang menggunakan bandara.

H3 : *Terminal Facilities* (TF) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS)

Peran bandara sebagai pemasok untuk sektor perjalanan bisnis terutama untuk menyediakan akses ke tujuan dimana perjalanan dapat dilakukan , dan

bandara menyediakan berbagai macam fasilitas untuk pelanggan agar pelanggan dapat melakukan pertemuan, konferensi dan acara dapat diadakan sekaligus untuk bepergian (Halpern, Graham and Davidson, 2012) .

Fasilitas – Fasilitas pada terminal udara (Bandara) merupakan sesuatu yang pertama kali terlihat oleh pelanggan ketika pelanggan datang di Bandara. Terdapat banyak fasilitas yang dimiliki oleh bandara diantaranya yaitu : Ruang tunggu , Area parkir , Swalayan , Restoran makanan dan minuman , Toilet umum , Mesin pemeriksa X ray , Hotel Mikro , Loker pembelian tiket dll. Semua fasilitas yang di sediakan tersebut bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan pada saat melakukan perjalanan atau pada saat menunggu keberangkatan. Oleh karena itu peneliti menduga fasilitas bandara merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakannya dengan baik.

H4: Customer Satisfaction (CS) berpengaruh terhadap Customer Value (CV)

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan dari pelanggan tersebut (Kotler, 1997). Sedangkan Nilai Pelanggan merupakan kombinasi dari apa yang diterima dan apa yang dikorbankan (Porter 1985). Kepuasan pelanggan diduga berpengaruh terhadap nilai pelanggan karena ketika pelanggan mendapatkan apa yang mereka harapkan ketika menggunakan bandara sebagai tempat untuk bepergian maka mereka akan merasakan kepuasan dalam berbagai hal misal nya dalam hal pelayanan dan kelengkapan fasilitas yang mereka butuhkan, dari kepuasan tersebut maka pelanggan akan menpersepsi kan bahwa pengorbanan yang sudah

mereka keluarkan misalnya melalui uang , tenaga dan waktu dianggap sudah sesuai artinya apa yang mereka dapatkan sesuai dengan apa yang mereka korbakan. Pelanggan juga bisa merasa mendapatkan pengalaman yang sangat berharga pada saat bepergian menggunakan bandara tersebut , sehingga dapat mempengaruhi penilaian yang di berikan pelanggan.

H5 : *Service Innovation* (SI) memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer Satisfaction* (CS) dan *Customer Value* (CV)

Secara umum, variabel moderasi adalah variabel kualitatif atau kuantitatif yang mempengaruhi arah dan / atau kekuatan hubungan antara variabel independen atau variabel prediktor dan variabel dependen atau kriteria. Untuk hipotesis 5 (lima) , variabel-variabel berikut diukur untuk penelitian. Variabel bebas adalah kepuasan pelanggan (CS) variabel moderasi adalah inovasi layanan (SI) dan variabel dependen adalah nilai pelanggan (CV). Dalam penelitian ini Inovasi layanan sebagai variabel moderasi memiliki dampak pada hubungan kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan.

Alasannya yaitu Inovasi layanan yang dilakukan oleh bandara itu dapat memperkuat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan nilai pelanggan , tujuan akhirnya disini yang ingin dicapai adalah dua variabel tersebut (CS & CV) sama sama mendapatkan pengaruh yang kuat dari inovasi layanan. Pelanggan sangat membutuhkan inovasi- inovasi yang di sediakan oleh pihak bandara karena apabila tidak dilakukan nya inovasi dalam pelayanan maka kepuasan dan nilai pelanggan akan semakin menurun daripada sebelumnya karena apabila misalnya pelayanan bandara kurang maksimal akan membuat

pelanggan membuat persepsi yang tidak baik oleh karena itu inovasi layanan dapat mengembalikan ketidakpuasan itu menjadi lebih baik dan memberikan nilai yang positif di mata pelanggan sehingga muncul lah dampak moderasi kepada kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan.

BAB III

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.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Sekaran dan Bougie, 2010). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, Website, buku, dan lain sebagainya.

Teknik 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). Keuntungan utama menggunakan kuesioner adalah peneliti dapat dibagikan serentak kepada responden sehingga tidak memerlukan biaya yang tinggi dan juga tidak memerlukan waktu yang lama (Sekaran dan Bougie, 2010). Kelemahan metode penyebaran secara online yaitu dapat terjadinya double input oleh seorang responden untuk dua kuisoner

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.

3.2.1 Teknik Pemilihan Sample

Pada penelitian ini, desain pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling*. Karena dengan *Nonprobability sampling* dapat memberikan informasi yang sangat berguna dan memudahkan peneliti mengumpulkan data dalam sebuah populasi. *Nonprobability sampling* dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgment sampling*, dan *quota sampling*. (Sekaran dan Bougie, 2010). Sesuai dengan penelitian ini, maka penulis akan menggunakan dua teknik yaitu *convenience sampling* dan *purposive sampling* sesuai dengan yang akan dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini.

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. Pengambilan *Convenience sampling* paling sering digunakan selama tahap eksplorasi proyek penelitian dan mungkin merupakan cara terbaik untuk mendapatkan informasi dasar dengan cepat dan efisien. (Sekaran dan Bougie, 2010).

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).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional diperlukan untuk menjelaskan supaya ada kesamaan penaksiran dan tidak mempunyai arti yang berbeda-beda (Sugiyono 2011). Definisi operasional variabel melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan- kegiatan atau tindakan- tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut, konstruk sendiri adalah sifat – sifat yang melekat pada suatu variabel (Kerlinger, 2006). Dalam penelitian ini terdapat enam variabel, yaitu variabel independen (*Railway Station Accessibility*, *Security Check*, dan *Terminal Facilities*), variabel moderasi (*Service Innovation*), dan variabel dependen (*Customer Satisfaction* dan *Customer Value*) yang dijelaskan seperti berikut:

3.3.1 Variabel *Dependent Customer Value* (Nilai Pelanggan)

. Nilai pelanggan dioperasionalkan sebagai rasio atau trade-off antara total manfaat yang diterima dengan pengorbanan total, dengan mempertimbangkan penawaran dan harga pemasok yang tersedia (Buzzeitl dan Gale 1987). Woodruff dan Flint (2001) menggambarkan nilai pelanggan sebagai nilai yang ditawarkan produk kepada pelanggan dengan mempertimbangkan semua fitur berwujud (*tangible*) dan tak berwujud (*intangibile*). Nilai yang diinginkan pelanggan dapat diukur dengan mengetahui terpenuhi atau tidaknya kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan dan keinginan untuk melakukan penawaran (Graf dan Maas, 2008). 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 (Yin *et al.*, 2004).

3.3.2 Variabel *Dependent 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 pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi global, yang menyiratkan penilaian produk atau layanan secara keseluruhan yang dibuat oleh klien. (Martins Gonçalves dan Sampaio, 2012).

Kepuasan sangat terkait dengan persepsi pelanggan atau kinerja produk. Selanjutnya, untuk mengukur kepuasan pelanggan , pelanggan akan merasa puas apabila kinerja produk atau layanan yang dirasakan akan dibandingkan dengan standar yang diharapkan oleh pelanggan (R.Halloway , 1996).

3.3.3 Variabel Moderasi *Service Innovation* (Inovasi Layanan)

Model proses inovasi dalam layanan lebih menekankan bahwa inovasi layanan diterapkan dan dapat ditiru dengan cepat oleh kompetitor. Dengan demikian kemampuan untuk memiliki proses

inovasi yang berkelanjutan sangat penting bagi perusahaan jasa inovasi dengan 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.

Untuk mengukur kesuksesan dalam penerapan inovasi pelayanan semua pihak yang terlibat harus efisien, karena hambatan di bidang proses tertentu dapat merusak keefektifan inovasi layanan (Chen et al, 2015). Dreoge et al (2009) menambahkan berbagai cara untuk melihat inovasi layanan, seperti prosedur untuk mengelola inovasi layanan, proses untuk menerapkan inovasi layanan dan keterlibatan pengguna dalam pelayanan inovasi dan dalam penelitian ini inovasi layanan akan memberikan dampak moderasi kepada kepuasan pelanggan dan peningkatannya nilai pelanggan.

3.3.4 Variabel *Independent Airport Accessibility* (Aksesibilitas Bandara)

Aksesibilitas bandara merupakan faktor penting untuk pilihan bandara dan oleh karena itu juga untuk dijadikan keunggulan oleh berbagai terminal bandara bisa bersaing. Ketika penumpang udara merencanakan perjalanannya, mereka merefleksikan urutan dalam perjalanan mereka dari satu pintu ke pintu lainnya di bandara tersebut. Oleh karena itu, 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). Untuk mengukur tingkat aksesibilitas bandara mengacu pada kemudahan mencapai barang, jasa, aktivitas dan tujuan, yang bersama-sama disebut peluang. Peluang bisa diartikan sebagai potensi kemudahan bagi pelanggan (Chen *et al.*, 2015).

3.3.5 Variabel *Independent Security Check* (Pemeriksaan Keamanan)

Pemeriksaan keamanan bandara (SC) mengacu pada teknik dan metode yang digunakan untuk melindungi penumpang, staf dan pesawat terbang dari hal – hal yang berbahaya , kejahatan dan ancaman lainnya. penumpang mungkin masih kesulitan menerima pemeriksaan yang dilakukan pada setiap pos keamanan bandara yang membuat perjalanan penumpang tertunda – tunda karena harus melakukan pemeriksaan. Masih ada korelasi yang jelas antara kepuasan pelanggan, waktu tunggu dan kualitas yang dirasakan dalam pemeriksaan keamanan (Gkritza dan Niemeier, 2009). Untuk mengukur variabel ini dapat diketahui dari seberapa besar pengorbanan pelanggan untuk bersedia lebih lama dalam proses pemeriksaan. Pemeriksaan keamanan bandara berupaya mencegah ancaman atau bahaya potensial yang timbul dan akan memasuki negara melalui akses di bandara. Jika pemeriksaan keamanan di bandara cukup tinggi maka kemungkinan situasi berbahaya

akan lebih bisa di minimalisir, seperti barang atau ancaman ilegal yang masuk ke pesawat dengan berbagai jalur lewat cargo, bagasi dll. Oleh karena itu, pemeriksaan keamanan di bandara memiliki tujuan untuk melindungi bandara dan negara dari peristiwa yang mengancam dan meyakinkan keselamatan untuk semua orang yang bepergian (Chen et al., 2015).

3.3.6 Variabel *Independent Terminal Facilities* (Fasilitas Bandara)

Fasilitas Terminal bandara berarti semua fasilitas terminal dan ruang yang disediakan, disediakan atau disimpan atau digunakan oleh pihak di Bandara yang Berlaku, termasuk tanpa batasan semua ruang tunggu penumpang, area penampungan penumpang, posisi parkir pesawat dan gerbang (termasuk jembatan pemuatan dan area parkir peralatan darat terkait), loket tiket, fasilitas check-in tepi jalan, area tata rias bagasi, area bagasi masuk, ruang awak, ruang kantor di terminal, area parkir karyawan , hotel penginapan dan fasilitas terminal lainnya. Untuk mengukur variabel fasilitas bandara dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu kelengkapan fasilitas, letak fasilitas , fungsi dari fasilitas dan informasi mengenai penguasaan fasilitas oleh pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang mengerti fungsinya maka semakin banyak yang ingin menggunakan dan efektif untuk digunakan (Chen et al., 2015).

3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian ini berkaitan dengan pengujian dari angket / questioner sebagai alat pengumpulan data primer. Uji instrument penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas

3.4.1 Uji Validitas

Untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen maka diperlukan uji validitas. Instrumen dikatakan sah 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.

Landasan baru analisis SEM adalah sebuah teori yang jelas dan terdefinisi oleh peneliti. Landasan teori tersebut kemudian menjadi suatu konsep keterkaitan antar variabel. Hubungan kausalitas di antara variabel laten atau konstruk tidak sesuai dengan analisis SEM, yang dibangun oleh landasan teori yang mendukungnya. Dengan kata lain, analisis SEM berguna untuk meng-bentuk model yang didasarkan pada data empiris yang ada (Yamin dan Kurniawan, 2011). Ada dua alasan yang mendasari SEM:

1. SEM memiliki kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat multi hubungan. Hubungan dalam bentuk struktural atau hubungan antara konstruk dependen dan independen.
2. SEM memiliki kemampuan untuk memberikan pola hubungan antara konstruk laten (unobserved) dan variabel manifes (indikator).

Ada dua pendekatan dalam SEM, yaitu SEM dengan dasar kovarians (*Covariance Based Structural Equation Modeling* - CBSEM) dan SEM dengan dasar varians (*Partial Least Square Path Modeling* – PLS-PM). Keduanya didasarkan pada asumsi peneliti, yaitu tujuan penggunaan model tersebut akan digunakan untuk pengujian teori atau pengembangan teori untuk tujuan prediksi. Sedangkan untuk penelitian ini akan digunakan PLS-PM, dimana asumsi dasar peneliti untuk tujuan prediksi (Yamin dan Kurniawan, 2011).

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).

3.5.3 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa tepat suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, jika instrument tidak valid maka tidak akan berguna dalam penelitian. Semakin tinggi validitas suatu fungsi ukur, semakin tinggi pengukuran mengenai sasarannya (Sekaran dan Bougie, 2010). Suatu indikator dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mencapai tujuan pengukuran dari konstruk laten dengan tepat (Yamin dan Kurniawan, 2011).

Uji validitas pada metode PLS, meliputi:

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.

3.5.4 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).

3.5.5 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 klaster, dan analisis data kategori. SPSS memiliki beberapa program perangkat lunak untuk tujuan penelitian termasuk Pembuat *Data Entry* SPSS untuk membuat survei yang dapat dilakukan melalui web, telepon, atau surat, *Server Enterprise*

untuk memasukkan data SPSS untuk memasukkan respons; dan SPSS 23.0 untuk analisis dan bagan data.

Dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 23 untuk analisis uji instrument. Alat analisis data yang kedua dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dan dibantu dengan alat pengolah data Smart PLS 3.0. Pengujian dalam metode PLS meliputi dua tahap, yaitu outer model (model pengukuran) dan inner model (model struktural).

BAB IV

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. Bandara Adisutjipto merupakan bandara *enclave sipil* yaitu bandara yang pengelolaannya secara bersama antara institusi sipil dan militer dan pemerintahan . Bandara Adisutjipto dikelola antara PT. Angkasa Pura I dan TNI AU. Seperti kita lihat pada sejarahnya awalnya Bandara Adisutjipto di bangun sebagai pangkalan udara TNI Angkatan Udara untuk dipakai sebagai tempat berlatih untuk TNI angkatan udara , Bandar udara ini dulu dinamakan Maguwo, sesuai dengan nama desa tempatnya berada Maguwoharjo. Pangkalan udara Maguwo dibangun sejak tahun 1940 lalu dipergunakan oleh Militaire Luchtvaart pada tahun 1942.

Bandara Adisutjipto sendiri dikelola oleh perusahaan BUMN yaitu PT.Angkasa Pura I yang dimana perusahaan ini juga mengelola beberapa bandara yang terdapat di hampir seluruh bagian wilayah di kota kota besar di Indonesia seperti Surabaya, Semarang , Jakarta , Makassar , Manado , Balikpapan, Denpasar ,Banjarmasin , Lombok , Ambon dll.

Seperti dikatakan diatas Bandara Adisutjipto merupakan bandara terpadar ke tiga setelah bandara Juanda dan Soekarno hatta , akan tetapi bandara Adisutjipto ini hanya

memiliki kapasitas 1,2 juta untuk menumpang jumlah penumpang sedangkan menurut data statistik setiap tahun penumpang yang bepergian maupun datang melalui bandara Adisutjipto terus meningkat dan terus meningkat sehingga sejak tahun 2011 bandara Adisutjipto telah dikatakan *Over capacities* atau kelebihan kapasitas yaitu sekitar 4-5 juta penumpang yang bepergian melalui bandara Adisutjipto.

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 201 Bandara Adisutjipto melayani 6,7 juta penumpang dan juga diperkirakan akan terus mengalami kenaikan.

Untuk maskapai penerbangan yang terdapat di Bandara Adisutjipto Yogyakarta cukup lengkap hampir semua maskapai menyediakan rute penerbangan, beberapa maskapai yang sampai tahun ini masih beroperasi yaitu Garuda Indonesia, Lion Air, Sriwijaya Air, Citilink, Air Asia, NAM Air, Silk Air, Wings Air dll. Beberapa maskapai tersebut tidak hanya menyediakan rute penerbangan dalam negeri saja, tetapi

juga menyediakan rute penerbangan keluar negeri karena bandara Adisutjipto sendiri sudah mendapat predikat bandara internasional. Namun rute penerbangan keluar negeri tidak terlalu banyak hanya beberapa negara saja seperti ke Kuala Lumpur , Singapore dll.

Tabel 4.1
Profil Bandara Adisutjipto Yogyakarta

| | | |
|----|---------------------|--|
| 1 | Nama Bandara | Bandar Udara Internasional Adisutjipto |
| 2 | Tahun Berdiri | Tahun 1940 |
| 3 | Telepon | (0274) - 484261 |
| 4 | Email | jog@angkasapura1.co.id |
| 5 | Faksimile | (0274)- 488155 |
| 6 | Alamat | Jalan Solo Km.9 kec.Maguwo Kab Sleman Yogyakarta (55282) |
| 7 | Klasifikasi bandara | Kelas IB |
| 8 | Terminal | 1. Internasional Terminal B: Luas : 1.081 m Kapasitas : 91287 pax/tahun 2. Domestik Terminal A : Luas : 1.081 m Kapasitas : 2.700.245 pax /tahun 3. Terminal Kargo : Cargo Internasional : 384 m ² |
| 9 | Fasilitas Pengaman | X-Ray Baggage, X-Ray Cabin, Walk Through, Explosive Detector, Explosive Analyzer Handy Metal Detector, Security CCTV |
| 10 | Transportasi | Taxi, Bus Damri, Transjogja, Kereta Api (Prambanan Express) |
| 11 | Fasilitas Penumpang | Bank, ATM, Telephone Umum, Restaurant & Kafetaria, Kantor Pos, Personal Agen |
| 12 | Lapangan Parkir | Terminal Domestik : 2.933 m ² Cargo Domestik : 772 m ² Kapasitas : 420 Mobil : 700 Sepeda motor |
| 13 | Fasilitas Penunjang | Perkantoran , Gedung VIP , Lounge , Parkir VIP |

Sumber : diakses dari www.ap1.co.id

4.1.1 Gambaran Umum PT.Angkasa Pura I (Persero)

PT.Angkasa Pura I (Persero) adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang di bawah oleh Departemen Perhubungan udara khususnya menyediakan jasa untuk penerbangan udara di Indonesia. Pada 20 Februari 1964 merupakan hari jadi PNAngkasa Pura, karena pada tanggal inilah Angkasa Pura Kemayoran secara resmi diambil aset dan operasionalnya. Kemudian pada tanggal 17 Mei 1965 berdasarkan PP nomer 21 tahun 1965, PN Angkasa Pura Kemayoran berubah nama menjadi PN Angkasa Pura sehingga dengan nama tersebut memungkinkan perusahaan memiliki pelabuhan udara lain di Indonesia. Beberapa transisi terjadi, kemudian perubahan nama dari PN Angkasa Pura Airport berganti menjadi Perusahaan Umum (PU) Angkasa Pura berdasarkan PP Nomer 37 tahun 1974. Tidak hanya itu, pembagian wilayah bandara di Indonesia kembali membuat Angkasa Pura berganti nama menjadi Perseroan Terbatas (PT) Angkasa Pura I (Persero) sesuai PP Nomer 5 Tahun 1992 sehingga seluruh saham dimiliki oleh Negara Republik Indonesia.

PT. Angkasa pura dibagi menjadi dua yaitu PT. AP I dan PT.AP II dimana masing masing mengelola wilayah kerja yang berbeda untuk bandara yang berada wilayah timur Indonesia dikelola oleh PT.Angkasa Pura I dan untuk bandara yang berada di wilayah barat Indonesia pengaturannya dikelola oleh PT.Angkasa Pura II. Untuk manajemen Bandara Adisutjipto Yogyakarta dikelola oleh PT.Angkasa Pura I.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan misi dari PT. Angkasa Pura I (Persero) kantor cabang Bandara Internasional Adisutjipto Yogyakarta adalah sebagai berikut:

a. Visi Perusahaan

- 1) Menjadi perusahaan yang dapat diandalkan oleh perusahaan penerbangan, pemerintah, mitra kerja, pemegang saham, masyarakat dan karyawan sejajar dengan perusahaan sejenis di Asia Pasific.

b. Misi Perusahaan

- 1) Meningkatkan nilai pemangku kepentingan
- 2) Menjadi mitra pemerintah dan pendorong pertumbuhan ekonomi
- 3) Mengusahakan jasa kebandarudaraan melalui pelayanan prima yang memenuhi standar keamanan, keselamatan, dan kenyamanan
- 4) Meningkatkan daya saing perusahaan melalui kreatifitas dan inovasi

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). karena seperti yang dikatakan diatas responden yang dapat dijadikan sample yaitu yang pernah menggunakan bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan tabel distribusi kuesioner, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Kuesioner

| | |
|------------------------------|----------------------------------|
| Kuesioner yang disebar | 100 |
| Kuesioner yang tidak kembali | 0 |
| Kuesioner yang kembali | 100 |
| Kuesioner yang outliers | 0 |
| Kuesioner yang dipakai | 100 |
| Responden Rate | $100/100 \times 100\% = 100\%$ |
| Usable Respon Rate | $100 / 100 \times 100\% = 100\%$ |

Sumber : Data Primer yang diolah

Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner yang disebar semua kembali sehingga kuesioner yang diterima sebanyak 100 kuesioner, dengan kata lain memiliki respon rate sebesar 100%. Hasil uji outliers dengan teknik *univariate outliers (z-score)* diperoleh 0 responden yang mengandung outliers artinya semua kuesioner bisa digunakan, jadi jumlah sampel yang digunakan menjadi 100 responden, dapat dikatakan memiliki *Usable Respon Rate* sebesar 100%.

4.2.1 Statistik Deskriptif Responden

4.2.1.1 Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden dalam jenis kelamin dapat dilihat dari tabel 4.2

Tabel 4.3
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)

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.

4.2.1.2 Statistik Deskriptif Usia

Karakteristik responden dalam usia dapat dilihat dari tabel 4.3 :

Tabel 4.4
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)

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.

4.2.1.3 Statistik Deskriptif Pekerjaan

Karakteristik responden dalam pekerjaan dapat dilihat dari tabel 4.4 :

Tabel 4.5
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)

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.

4.2.1.4 Statistik Deskriptif Pendidikan terakhir

Karakteristik responden dalam pekerjaan dapat dilihat dari tabel 4.3 :

Tabel 4.6
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)

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.

4.3 Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi objek pengukuran (konsep) yang dilakukan dengan instrument tersebut. Hasil validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan antara angka koefisien korelasi (r_{xy}) atau skor yang diperlukan pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah skor yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor pertanyaan. 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 4.7
Hasil Uji Validitas *Airport Accesibility*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R- tabel | Keterangan |
|--|-----|--|------------|----------|------------|
| <i>Airport Accesibility</i> (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 Adisutjipto | 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 |

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

Dari output pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel *Airport Accesibility* (Aksesibilitas Bandara) yaitu variabel (AA1, AA2, AA3, AA4, AA5) (memiliki nilai r hitung $>$ dari r tabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *Airport Accesibility* adalah Valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas *Security Check*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R- tabel | Keterangan |
|--|-----|---|------------|----------|------------|
| Security check (Pemeriksaan Kemaan 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 |
| | 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 |

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

Dari output pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa beberapa instrumen pertanyaan dalam variabel *Security Check* (Pemeriksaan Kemaan Bandara) yaitu variabel (SC1,SC2,SC3,SC4,SC5) memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan (SC1,SC2,SC3,SC4,SC5) pada variabel *Security Check* adalah Valid.

Tabel 4.9
 Hasil Uji Validitas *Terminal Facilities*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R- tabel | Keterangan |
|--|-----|---|------------|----------|------------|
| 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 |

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

Dari output pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa kebanyakan pertanyaan dalam variabel *Terminal Facilities* (Fasilitas Bandara) yaitu variabel (TF1,TF2,TF3,TF4,TF6) memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan (TF1,TF2,TF3,TF,TF4,TF6) pada variabel *Terminal Facilities* adalah Valid. Namun terdapat satu instrumen yaitu TF5 memiliki nilai r hitung < dari r tabelnya maka pertanyaan tersebut tidak valid dan peneliti memutuskan untuk melakukan tindakan penghapusan pada butir pertanyaan tersebut dan tidak digantikan oleh pertanyaan yang lain.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas *Customer Satisfaction*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R- tabel | Keterangan |
|--|-----|--|------------|----------|------------|
| <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan) | CS1 | Saya merasa puasa dengan pemeriksaan keamanan bandara Adisutjipto | 0,649 | 0,195 | Valid |
| | CS2 | Saya merasa puas dengan pengaturan tempat yang berada di bandara Adistujipto | 0,660 | 0,195 | Valid |
| | CS3 | Saya merasa puas dengan aksesibilitas bandara Adisutjipto | 0,665 | 0,195 | Valid |
| | 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 |

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

Dari output pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) yaitu variabel (CS1 , CS2,

CS3,CS4,CS5) (memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *customer satisfaction* adalah valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas *Service Innovation*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R- tabel | Keterangan |
|--------------------------------------|-----|---|------------|----------|------------|
| 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 |
| | SI5 | Saya merasa puas dengan 4 jenis inovasi layanan diatas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan | 0,763 | 0,195 | Valid |

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

Dari output pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel *Service Innovation* (Inovasi Layanan) yaitu variabel (SI1, SI2, SI3, SI4, SI5) memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *customer satisfaction* adalah valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas *Customer Value*

| Variabel | No | Pertanyaan | R - hitung | R-tabel | Keterangan |
|--|-----------|---|-------------------|----------------|-------------------|
| <i>Customer Value</i> (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 | Saya merasa puas dengan pemanfaatan sosial media oleh bandara Adisutjipto agar layanan mereka dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan | 0,555 | 0,195 | Valid |
| | 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 puas 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 |
| | CV7 | Saya merasa puas dengan layanan aksesibilitas Bandara Adisutjipto yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan | 0,705 | 0,195 | Valid |
| | CV8 | Saya merasa puas dengan layanan Bandara Adisutjipto yang baik dapat meningkatkan nilai pelanggan | 0,628 | 0,195 | Valid |

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

Dari output pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel *Customer Value* (Nilai Pelanggan) yaitu variabel (CV1,CV2,CV3, CV4, CV5, CV6, CV7,CV8) memiliki nilai r hitung > dari r tabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *customer satisfaction* adalah valid.

4.4 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 4.13
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.

4.5 Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)

Evaluasi pengukuran *outer model* pada penelitian ini menggunakan software Smart Partial Least Square (PLS) yang merupakan salah satu metode alternatif dari Structural Equation Model (SEM) yang bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Kriteria uji validitas pada sebuah penelitian mengacu pada besaran outer loading setiap indikator terhadap variabel latennya.

4.5.1 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). Sedangkan nilai *outer loading* masih dapat ditolerir hingga 0,50 dan dibawah dari nilai 0,50 dapat didrop dari analisis (Ghozali, 2011) 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 konstrak indikator yang mengukur konstrak tersebut. Nilai *loading factor* > 0,7 dikatakan valid. Namun, menurut Hair et al. (1998), rules of thumb yang biasanya digunakan untuk pemeriksaan awal dari matriks faktor adalah $\pm 0,3$ dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, dan untuk *loading factor* $\pm 0,4$ dianggap lebih baik, dan

untuk loading factor $>0,5$ secara umum dianggap signifikan. Pada penelitian ini peneliti batas *loading factor* yang digunakan sebesar 0,7. Secara ringkas, parameter yang digunakan pada penelitian ini untuk convergent validity dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.14
Parameter Convergent Validity

| Parameter | Rules Of thumbs |
|---|-----------------|
| <i>Loading Factors</i> | Lebih dari 0,7 |
| <i>Communality</i> | Lebih dari 0,5 |
| <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | Lebih dari 0,5 |

Setelah di lakukan pengolahan data dengan Smart PLS 03 hasil dari loading factor dapat ditunjukkan sebagai pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
 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 | 0,730 |
| | 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 $<0,7$, yaitu pada variabel pertama *Security Check* terdapat 3 indikator yang tidak valid yaitu SC 1 menunjukan -0,392 dan SC2

menunjukkan 0,152 dan SC 5 menunjukkan 0,196. Pada variabel kedua *Customer Satisfaction* terdapat 2 indikator yang tidak valid yaitu CS 2 sebesar 0,652 dan pada CS 3 sebesar 0,662 , dan pada variabel ketiga Service ke tiga terdapat hanya 1 indikator yang tidak valid yaitu SI 1 yang menunjukkan nilai sebesar 0,512 dan pada variabel yang terakhir *Customer Value* terdapat 2 indikator yang tidak valid yaitu pada CV 3 yang mempunyai nilai 0,532 dan pada CV 5 sebesar 0,536. Pada hal ini menunjukkan bahwa indikator yang memiliki nilai *Outer Loading* $>0,7$ dinyatakan memiliki tingkat validitas yang baik dan dapat memenuhi *Convergent Validity* yang baik juga. Sedangkan untuk indikator yang memiliki indikator $< 0,7$ 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 4.16
 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.

4.5.2 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. Evaluasi selanjutnya, yaitu dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antarkontrak. Hasil yang direkomendasikan adalah nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antarkontrak (Yamin dan Kurniawan, 2011).

Tabel 4.17
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 |

Sumber : Data yang di olah menggunakan Smart PLS 3.0

Tabel 4.18*Cross Loading* antar indikator dengan konstrak (Lanjutan)

| | | | | | |
|------------------|--------|--------|--------|---------|--------------|
| 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 konstrak pada indikatornya menunjukkan nilai yang lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstrak lainnya. Artinya dengan demikian semua konstrak atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik , yang dimana semua nilai korelasi konstrak menunjukkan nilai yang lebih besar dari pada konstrak lainnya.

Selain melihat hasil analisis *cross loading*, *discriminant validity* juga perlu dinilai dengan cara membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstrak. Rekomendasi untuk *discriminant validity* yang terbaik adalah nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar konstrak. Dalam penelitian ini Nilai Ave dan akar kuadra Ave untuk masing – masing konstrak akan dituliskan pada tabel 4.19 :

Tabel 4.19
 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 4.20
 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.

4.5.3 Composite Reliability

Pada pengujian Outer model selain diukur dengan *convergent validiy* dan *discriminant validity* juga dapat dilakukan dengan meliat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan nilai *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 4.21
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.

4.6 Uji Inner Model (Model Struktural)

Setelah peneliti melakukan pengujian Outer model maka tahap selanjutnya yaitu pengujian Inner model (Model Struktural). Pada pengujian ini inner model 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*) (Hair et al, 1990).

4.6.1 Analisis Variant (R^2) atau Uji Determinasi

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

Tabel 4.22
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 menunjukkan 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.

4.6.2 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 | 0,260 | 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 | 0,084 | 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.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015) pada dengan objek penelitian yang berbeda yaitu bandara di seluruh dunia yang mendapatkan hasil yang berbeda, yaitu *Airport Accesibility* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif kepada *Customer Satisfaction* yang dimana berarti sebagian penumpang merasa aksesibilitas menuju bandara merupakan hal penting karena apabila aksesibilitas kurang baik maka dapat menghambat perjalanan para penumpang, petunjuk arah dan tanda-tanda dengan banyak bahasa cukup dibutuhkan dan juga fasilitas penunjang seperti shuttle bus, taxi dll bisa menimbulkan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan hasil penelitian sekarang, seperti dikatakan di atas *Airport Accesibility* tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *Customer Satisfaction*. Artinya aksesibilitas menuju bandara Adisutjipto Yogyakarta bukan merupakan prioritas utama bagi

penumpang agar merasa puas, aksesibilitas tidak dianggap suatu faktor yang bisa menghambat perjalanan mereka ke bandara. Aksesibilitas yang baik hanya membuat konsumen merasa nyaman tetapi tidak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

H1 : *Airport Accessibility* (AA) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS) ditolak

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).

Hasil yang didapatkan dari pengujian hipotesis ke dua memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015) yaitu *Security Check* berpengaruh signifikan dan positif pada *Customer Satisfaction*. Faktor keamanan merupakan prioritas utama yang dibutuhkan oleh penumpang yang memakai bandara Adisutjipto Yogyakarta, artinya para pelanggan tidak keberatan untuk meluangkan waktunya untuk melakukan pemeriksaan mulai dari memasuki mesin X – ray pertama sampai dengan tahaapan pemeriksaan selanjutnya yang membutuhkan waktu yang tidak singkat. Penumpang akan merasa sangat puas apabila bandara Adisutjipto

memiliki standar pemeriksaan kemaanaan yang tinggi agar mereka merasa lebih aman dalam bepergian menggunakan pesawat. Karena pada kondisi saat ini banyak sekali isu- isu kejahatan yang masuk melalui bandara oleh karena itu faktor *Security Check* ini tidak heran menjadi faktor yang paling kuat yang dapat menimbulkan *Customer Satisfaction* di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

H2 : *Security Check* (SC) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS) diterima

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*.

Hasil yang didapatkan dari pengujian hipotesis ke tiga memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015) yaitu *Terminal Facilities* tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *Customer Satisfaction*. Pada hasil penelitian ini artinya penumpang atau pelanggan menganggap fasilitas dari bandara Adisutjipto Yogyakarta tidak menimbulkan kepuasan pada pelanggan , karena fasilitas bandara hanya di anggap sebagai pelengkap yang membantu pelanggan untuk

transit sementara saja. Misalnya pada penumpang yang bepergian untuk tujuan bisnis, mereka tidak dapat menikmati fasilitas yang disediakan karena terlalu sibuk untuk melakukan hal itu dan juga pada penumpang lainnya yang bepergian mereka menganggap fasilitas terminal memang harus ada seperti tempat parkir, restoran , ATM & bank , loket tiket tanpa fasilitas tersebut bandara tidak akan bisa berjalan dengan maksimal, tetapi penumpang menganggap fasilitas terminal di bandara Adisutjipto Yogyakarta tidak dapat meningkatkan bahkan menimbulkan kepuasan untuk pelanggan.

H3 : *Terminal Facilities* (TF) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (CS) ditolak

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*.

Hasil dari pengujian pada hipotesis ke 4 ini yaitu *Customer Satisfaction* memiliki tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada *Customer Value*, pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Chen (2015) memiliki hasil yang berbeda.

H4 : *Customer Satisfaciton (CS)* berpengaruh terhadap *Customer Value (CV)* ditolak

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 0,1413. 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*

Dalam penelitian ini hipotesis 5 *Service Innovation* sebagai variabel moderasi tidak memiliki pengaruh signifikan pada hubungan *Customer Satisfaction* dan *Customer value*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Chen (2015) pada penelitian terdahulu *Service Innovation* sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh terhadap hubungan *Customer Satisfaction* dan *Customer Value*. Artinya pada penelitian ini semua inovasi yang dilakukan oleh Bandara Adisutjipto seperti Kios dengan teknologi *Self service, X-ray, Micro Hotel, Sosial media*, tidak dapat meningkatkan pengaruh kepuasan pelanggan pada nilai pelanggan. Inovasi layanan tidak memainkan efek moderasi kepada hubungan kepuasan pelanggan terhadap Nilai pelanggan. Pelanggan berpikir bahwa inovasi tersebut kurang tepat dilakukan dan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kenyamanan serta tidak memecahkan masalah yang di harapkan oleh konsumen.

Apabila inovasi layanan yang diberikan tepat untuk konsumen, maka konsumen akan merasa lebih puas dan akan meningkatkan nilai pelanggan terhadap bandara Adisutjipto. Oleh karena itu Hipotesis 5 ditolak.

H5 : *Service Innovation* (SI) memiliki dampak moderasi pada hubungan *Customer Satisfaction* (CS) dan *Customer Value* (CV) Ditolak

Tabel 4.24
Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | | Hasil | Keterangan |
|-----------|---|---|------------|
| H1 | <i>Airport Accesibility</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | Tidak ada pengaruh yang signifikan | Ditolak |
| H2 | <i>Security Check</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | Koef Beta : 0,520 T-Statistic : 7.463 (> 1,96) P- Value : 0,000 | Diterima |
| H3 | <i>Terminal Facilities</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | Tidak ada pengaruh yang signifikan | Ditolak |
| H4 | <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Value</i> | Koef Beta : 0,193 T-Statistic : 1.733 (< 1,96) P- Value : 0,084 | Ditolak |
| H5 | <i>Service Innovation</i> memiliki dampak moderasi pada hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Value</i> | Koef Beta : -0,176 T-Statistic : 1.413 (< 1,96) P- Value : 0,158 | Ditolak |

Sumber :Data yang diolah menggunakan Smart PLS 3.0

4.7 Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil dari analisis penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan di bandara Adisutjipto Yogyakarta. Mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015) penelitian ini menggunakan tiga item yang dijadikan faktor landasan, yaitu *Aiport Accesibility*, *Security Check* dan *Terminal Facilities* untuk mempelajari hubungan antara *Customer Satisfaction* dan akhirnya akan berpengaruh kepada peningkatan *Customer Value*. Terdapat efek moderasi dari variabel *Service Innovation* yang berpengaruh secara moderasi terhadap *Customer satisfaction* dan *Customer Value*. Dari penelitian ini terdapat lima hipotesis yang dikembangkan dan diuji menggunakan SPSS dan SEM melalui Smart PLS. Hasilnya ditunjukkan sebagai berikut :

Hasil pertama yang didapatkan yaitu dari demografi dan karakteristik responden yang dikumpulkan dengan statistik deskriptif. Responden berjumlah 100, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah wanita (56%) dan mereka kebanyakan status responden adalah mahasiswa, hal ini tentu saja berhubungan dengan objek penelitian ini yaitu Bandara Adisutjipto Yogyakarta, kota Yogyakarta sendiri yang dimana merupakan kota pelajar yang terkenal di Indonesia dalam kualitas pendidikan tinggi. Oleh karena itu jumlah mahasiswa yang bersekolah di kota Yogyakarta khususnya yang berasal dari luar kota Yogyakarta atau di daerah lain cukup banyak dan otomatis mereka lebih banyak menggunakan Bandara sebagai transportasi untuk pulang dan pergi.

Hasil penelitian kedua yaitu dari hasil temuan mengungkapka bahwa faktor yang paling berpengaruh pada peningkatan Customer Satisfaction yaitu Security Check. Artinya pemeriksaan kewan dan keselamatan perjalanan udara memiliki dampak yang paling berpengaruh daripada Aksesibilitas dan Fasilitas bandara. Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Chen (2015). Hasil ini menjelaskan bahwa penumpang lebih bersedia untuk melakukan prosedur pemeriksaan kewan yang dimana penumpang sangat mengaharapkan pemeriksaan keaman yang tinggi dan kinerja yang handal dari staff bandara Adisutjipto Yogyakarta. Penumpang menganggap ketika bepergian menggunakan pesawat udara, banyak sekali peluang mereka untuk mengalami kecelakaan , kejahatan dan kejadian buruk lainnya dalam perjalanan oleh karena itu penumpang sangat ingin mendapatkan pemeriksaan keaman yang tinggi agar menjamin keselamatan mereka dalam bepergian dan menganggap pemeriksaan keaman merupakan pelayanan dari pihak bandara oleh sebab itu Security Check dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Terdapat hasil yang berbeda dari penelitiaian sebelumnya bahwa *Airport Accesibility* mempunyai pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Pada penelitian ini *Airport Accesibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* itu artinya penumpang merasakan bahwa aksesibilitas di bandara tidak terlalu dibutuhkan penumpang menganggap petunjuk arah dan tanda tanda untuk mengarahkan ke tempat penting dan transportasi angkutan umum memiliki minat yang rendah karena di bandara sendiri penumpang bisa langsung bertanya kepada petugas bandara untuk lokasi yang mereka inginkan dan untuk transportasi umum mereka lebih banyak menggunakan transportasi pribadi atau tranportasi taxi saja dan dizamana sekarang sedang marak penggunaan transportasi online yang lebih mudah dijangkau dan cepat

daripada pelanggan menuju halte bus yang cukup jauh untuk menaiki transportasi umum. Faktor yang ketiga yaitu fasilitas terminal tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan Karena penumpang tidak menghabiskan banyak waktu di bandara, mereka tidak terlalu peduli dengan fasilitasnya atau mereka hanya menganggap fasilitas terminal dianggap tidak terlalu penting untuk digunakan dan mereka juga tidak banyak memiliki waktu untuk menikmati semua fasilitas yang disediakan oleh bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Hasil penelitian yang ketiga yaitu diuji hubungan *Customer Satisfaction* dan *Customer Value*. Beberapa hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa nilai pelanggan bandara dihasilkan setelah konsumen mendapatkan layanan yang sebenarnya oleh bandara, Oleh karena itu, *Customer Satisfaction* dapat menjadi indikator yang baik untuk memeriksa *Customer Value*. Hasil dari uji hipotesis yaitu *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada *Customer Value*. Ini berarti ketika konsumen merasa mendapatkan kepuasan yang dimana apa yang mereka dapatkan sudah sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka mereka belum bisa memberikan persepsi yang baik terhadap bandara tersebut, artinya nilai pelanggan tidak mengalami peningkatan apabila kepuasan terhadap pelanggan ditingkatkan. Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen (2015) oleh karena itu bandara Adisutjipto Yogyakarta hendaknya selalu meningkatkan layanan lain dan tidak hanya bisa memenuhi kepuasan pelanggan tetapi meningkatkan hal lain yang bisa meningkatkan nilai terhadap pelanggan dan persepsi nilai yang positif dari pelanggan dan membuat pelanggan melakukan penggunaan kembali terhadap Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Hasil penelitian keempat yaitu diujinya variabel moderasi *Service Innovation* terhadap hubungan *Customer Satisfaction* pada *Customer Value*. Peneliti menentukan 4 layanan Inovasi bandara yang mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu Kiosk *Self-service check in*, pemeriksaan *X-ray*, penggunaan media sosial dan hotel yang berada disekitar bandara. Dari hasil uji hipotesis *Service Innovation* sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Value*.

Dapat kita liat dari beberapa item pertanyaan yang diberikan kepada responden , Kiosk Self check in (SI1) tidak memiliki pengaruh yang moderasi kepada hubungan kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan ,dikarenakan pelanggan banyak yang tidak mengetahui bagaimana fungsi pemakaian fasilitas *Self-Service* dalam check in dan kios swalayan karena kurangnya informasi dan sedikitnya jumlah mesin *Self-service* di Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Begitu juga dengan penggunaan media sosial oleh bandara Adisutjipto (SI3) tidak memiliki hubungan moderasi yang kuat dikarenakan media sosial dianggap kurang efektif , walaupun di era sekarang penggunaan media sosial dianggap senjata yang ampuh oleh setiap perusahaan untuk berbagi informasi tetapi media sosial sangat mudah untuk ditiru oleh orang lain yang dampaknya membuat informasi yang didapatkan pada bandara Adisutjipto meragukan untuk pelanggan oleh karena itu pelanggan lebih percaya untuk mencari informasi di website resmi yang dijamin keasliannya.

Pada kuesioner (SI5) bertanya tentang semua layanan inovasi yang dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan nilai pelanggan, sehingga pada hasil akhirnya, kita dapat mengatakan bahwa 4 jenis *Service Innovation*, sepenuhnya tidak memoderasi hubungan antara *Customer Satisfaction*(CS) dan *Customer Value* (CV) . Kesimpulannya semua

variabel moderasi tersebut terungkap sebagai pengaruh yang tidak signifikan dan tidak meningkatkan hubungan langsung antara kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan. Temuan menunjukkan bahwa inovasi layanan ini kurang cocok digunakan pada bandara Aditjpto dan dapat digantikan dengan variabel moderasi lainnya yang lebih bisa diterima dan efektif digunakan oleh pelanggan di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN & 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.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki kendala dan keterbatasan masing-masing, tidak terkecuali dengan penelitian ini. Keterbatasan tersebut diantaranya penelitian ini hanya dilakukan pada Bandara Udara Yogyakarta saja yang dimana responden nya hanya dalam ruang lingkup kota jogja saja. Peneliti berikutnya

dapat melakukan penelitian di bandara di daerah lain agar dapat mengetahui dampak inovasi layanan pada masing – masing bandara di kota lain di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bao, D., Hua, S. and Gu, J. (2016), *Relevance of airport accessibility and airport competition*, Journal of Air Transport Management. Elsevier Ltd, 55, pp. 52–60.
- Barras, R. (1986), *Towards a Theory of Innovation in Services*, Research Policy, 15, hal 161-73.
- Caruana A. (2002), *Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction*, European Journal Of Marketing Vol 7 pp, Hal 811 - 828.
- Chen, J. K. C., Batchuluun, A. and Batnasan, J. (2015), *Services innovation impact to customer satisfaction and customer value enhancement in airport*, Technology in Society, Elsevier Ltd, 43, pp. hal 219–230.
- Correa, T., Hinsley, A.W., & DeZúñiga, H.G. (2010), *Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use*, Computers in Human Behaviour, 26(2), Hal 247-253
- El-Adly, M. I. and Eid, R. (2016) *An empirical study of the relationship between shopping environment, customer perceived value, satisfaction, and loyalty in the UAE malls context*, Journal of Retailing and Consumer Services. Elsevier, 31, pp. Hal 217–227.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2018). *Statistik Lalu Lintas Udara Angkutan Udara Bandara Adisutjipto* diperoleh pada 20 Maret 2018 di <http://hubud.dephub.go.id/?id/llu/index/filter:airport,223>
- Erspective, L. O. P. and Lusch, R. F. (2015) *Service Innovation: A Service-Dominant-Logic perspective*, MIS Quarterly, 39(1), pp. hal 155–175.
- Ettlie, J. E. and Rosenthal, S. R. (2012) *Service innovation in manufacturing*, Journal of

- Service Management, 23(3), pp. hal 440–454.
- Fangwu Wei (2016), *Exploring Airport Access and Accessibility Regional and National Perspectives A Dissertation Submitted to the Faculty of Drexel University, Tesis the degree of Doctor of Philosophy (Dipublikasikan)*
- Gronroos (2000), *Service Management and Marketing: a Customer Relationship Management Approach.*, Wiley, London, UK, 2000.
- Ghozali, Imam, and Fuad. (2011). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.0.*
- Gault, Fred, 2015, *Measuring Innovation in All Sectors of the Economy*, UNU-MERIT Working Paper 2015-038. UNU-MERIT, Maastricht.
- Gault, Fred 2016. *Defining and measuring innovation in all sectors of the economy policy Relevance*, OECD Blue Sky Forum III. diperoleh pada 30 Maret di http://www.oecd.org/sti/blue-sky-2016-agenda.htm#ps4_d2.
- Gorecka Alexandra (2016), *Factors influencing passengers' choice of transport mode to Warsaw Chopin Airport* Logistic & Sustainable Transport vol.7 hal 51-57.
- Halpern N. (2014), *Use of social media by airports*, Journal of Airline and Airport Management, 2(2), pp.hal 66–84.
- Halpern N., Graham, A. and Davidson, R. (2012), *Meetings facilities at airport*, Journal of Air Transport Management. Elsevier Ltd, 18(1), pp. hal 54–58.
- J. Twentyman (2010), *Twitter time*, Airpot. World 14 (1) hal 34-36.

- Kaur, G. (2015), *Role of Information Technology in Tourism Study of Airport Self Service Technology*, *Advances in Economics and Business Management* 2(13), pp. hal 1234–1242.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010), *Users of the world unite The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), hal 59-68.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta
- K.D. Gkritza, F.L. Niemeier (2006) *Mannering airport security screening and changing passenger satisfaction*, *J. Air Transp. Management*
- Martins Gonçalves, H. and Sampaio, P. (2012), *The customer satisfaction-customer loyalty relationship*, *Management Decision*, 50(9), pp. Hal 1509–1526.
- Matisziw T. Murray dan T.Grubestic (2007), *Exploring the Vulnerability of Network Infrastructure to Disruption*, *The Annals of Regional Science* 43/2pp. 307–321.
- Narimawati, Umi, dan Jonathan Suwarno. 2014. *Structural Equation Model (SEM) Dalam Riset Ekonomi: Menggunakan LISREL*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Purnomo Kristianto .(2017) *Pengumuman di bandara Adisutjipto Yogyakarta Memakai Bahasa Jawa* diperoleh pada 21 Maret 2018 di <https://regional.kompas.com/read/2017/10/01/12363051/pengumuman-di-bandara-adisutjipto-pakai-bahasa-jawa>
- Quintane E. R.Mitch Casselman , B.Sebastian Reiche dan Petra Nylund. (2011), *Innovation as a knowledge-based outcom'*, *Journal of Knowledge Management*, 15(6), pp. hal 928–947.

- Reynolds-Feighan, A. dan McLay, P. (2006). Accessibility and attractiveness of European airports, A simple small community perspective, *Journal of Air Transport Management*, 12(6). hal 313–323.
- R. Oliver (1997), *Satisfaction: a behavioural perspective on the consumer*, McGraw- Hill, New York.
- Rogers, E. M. (1995) *Diffusion of innovations*, New York, Macmillian Publishing Co.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2010), *Research Methods for Business-A Skill Building Approach*, John Wiley & Sons Ltd, p. 403.
- S. Murphy, (2007), *Chain Store Age*, Proquest Central, 83(1) ,Hal 68.
- Sofyan, Yamin dan Heri Kurniawan, (2011), *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan partial Least Square Path Modeling* , Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.
- Sundbo, J. (1997), *Management of innovation in services*, Service Industries Journal, 17(3), pp. hal 432–455.
- Toivonen, M., & Tuominen, T. (2009), *Emergence of innovations in services*, The Service Industries Journal, 29(7), hal 887–902.
- Witell, L.. (2016), *Defining service innovation: A review and synthesis*, Journal of Business Research, 69(8), pp. hal 2863–2872. 5.
- Yin, S. L., Venkatesh shankar dan Krishna Erramili (2004), *Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration From a Business-to-Business Service Context*, Journal of the Academy of Marketing Science, 32(3), pp. hal 293–311.

LAMPIRAN 1
Kuesioner Penelitian dan Statistik Deskriptif
Responden

KUESIONER PENELITIAN

“Dampak Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan di Bandara Adisutjipto Yogyakarta”

Kuesioner berikut merupakan tolak ukur dari variabel penelitian. Kami mohon Bapak / Ibu /Saudara/i dimohon memberikan tanda (✓) pada salah satu kolom jawaban sesuai dengan pilihan anda :

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

- A. Laki – laki
- B. Perempuan

2. Usia Responden

- A. 15 – 20 th
- B. 21 – 25 th
- C. 26 – 30 th
- D. > 30 th

3. Pekerjaan responden

- A. Pelajar
- B. Mahasiswa
- C. Pegawai
- D. Wiraswasta

4. Pendidikan Terakhir responden

- A. SMP
- B. SMA
- C. D3/S1
- D. S2/S3

5. Nomer handphone :

B. Tanggapan Responden

Kuesioner berikut merupakan tolak ukur dari variabel penelitian. Kami mohon Bapak / Ibu /Saudara/i dimohon memberikan tanda (✓) pada salah satu kolom jawaban sesuai dengan pilihan anda :

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3.Cukup 4.Setuju 5.Sangat Setuju

a) Variabel Aksesibilitas Bandara (*Airport Accesibility*)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ SS | | | | |
|----|---|---------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Menurut saya informasi yang menunjukkan akses kebandara AdiSutjipto sudah cukup jelas | | | | | |
| 2 | Menurut saya area parkir sudah cukup dekat dengan Bandara Adisutjipto | | | | | |
| 3 | Menurut saya layanan transportasi seperti Taxi, Shuttle Bus dll dibutuhkan untuk di gunakan di Bandara Adisutjipto | | | | | |
| 4 | Menurut saya menyediakan angkutan umum yang mudah dijangkau untuki penyandang cacat (disabilities) dan anak - anak cukup penting | | | | | |
| 5 | Menurut saya tanda yang mengarahkan ke lokasi layanan tertentu di Bandara Adisutjipto merupakan hal yang penting | | | | | |

b) Variabel Pemeriksaan Keamanan (*Security Check*)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ SS | | | | |
|----|---|---------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Menurut saya faktor keamanan merupakan prioritas utama dalam bepergian menggunakan pesawat | | | | | |
| 2 | Menurut saya mempersingkat waktu untuk menunggu pada saat check in di bandara itu penting | | | | | |
| 3 | Menurut saya proses pemeriksaan keamanan di bandara tidak berlebihan dan dapat diterima | | | | | |
| 4 | Menurut saya peralatan untuk pemeriksaan keamaan di bandara sudah cukup | | | | | |
| 5 | Menurut saya organisasi pemeriksaan keamanan sebaiknya dilakukan oleh organisasi yang di bawah lembaga pemerintah | | | | | |

c) Variabel Fasilitas Terminal (*Terminal Facilities*)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ SS | | | | |
|----|---|---------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Menurut saya petunjuk arah dan tanda- tanda untuk fasilitas umum penting untuk dipasang | | | | | |
| 2 | Menurut saya ruang tunggu yang nyaman di bandara Adisutjipto cukup penting | | | | | |
| 3 | Menurut saya suhu ruangan yang nyaman di bandara Adisutjipto cukup penting | | | | | |
| 4 | Menurut saya ketersediaan fasilitas layanan bank dan ATM di bandara Adisutjipto cukup penting | | | | | |
| 5 | Menurut saya ketersediaan fasilitas umum untuk orang penyandang cacat (disabilities) di bandara cukup penting | | | | | |
| 6 | Menurut saya area bermain dan fasilitas untuk anak anak di bandara cukup penting | | | | | |

d) Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ | | | | SS |
|----|--|------------|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan bandara Adisutjipto | | | | | |
| 2 | Saya merasa puas dengan pengaturan tempat yang berada di bandara Adisutjipto | | | | | |
| 3 | Saya merasa puas dengan aksesibilitas bandara Adisutjipto | | | | | |
| 4 | Saya merasa puas dengan pelayanan dari staf bandara Adisutjipto | | | | | |
| 5 | Saya merasa pelayanan di bandara Adisutjipto melebihi dari harapan saya | | | | | |

e) Variabel Inovasi Layanan (Service Inovation)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ | | | | SS |
|----|---|------------|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya merasa puas dengan penerapan Self Service pada Kios (Swalayan ,tiket) di bandara Adisutjipto | | | | | |
| 2 | Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan mesin X-ray terbaru yang canggih | | | | | |
| 3 | Saya merasa puas dengan pemanfaatan sosial media oleh bandara Adisutjipto untuk memberikan Informasi pada pelanggan | | | | | |
| 4 | Saya merasa puas dengan hotel yang berada di sekitar bandara Adisutjipto | | | | | |
| 5 | Saya merasa puas dengan 4 jenis inovasi layanan diatas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan | | | | | |

f) Variabel Nilai Pelanggan (Customer Value)

| NO | PERTANYAAN | STS ←————→ | | | | SS |
|----|---|------------|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya merasa puas ketika menggunakan <i>self service</i> pada Kiosk (Swalayan) dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan | | | | | |
| 2 | Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan mesin X-ray yang canggih dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan | | | | | |
| 3 | Saya merasa puas dengan pemanfaatan sosial media oleh bandara Adisutjipto agar layanan mereka dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan | | | | | |
| 4 | Saya merasa puas dengan menggunakan hotel yang tersedia di sekitar bandara Adisutjipto yang dapat memberi nilai tambah bagi pelanggan | | | | | |
| 5 | Saya merasa puas dengan pemeriksaan keamanan bandara yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan | | | | | |
| 6 | Saya merasa puas dengan organisasi terminal stasiun yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan | | | | | |
| 7 | Saya merasa puas dengan layanan aksesibilitas Bandara Adisutjipto yang baik sehingga meningkatkan nilai pelanggan | | | | | |
| 8 | Saya merasa puas dengan layanan Bandara Adisutjipto yang baik dapat meningkatkan nilai pelanggan | | | | | |

LAMPIRAN 2
Rekapitulasi Data Penelitian

REKAPITULASI DATA PENELITIAN 100 RESPONDEN

| NO | Airport Accessibility | | | | | Security Check | | | | | Terminal Facilities | | | | | Customer Satisfaction | | | | | Service Innovation | | | | | Customer Value | | | | | | | |
|----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-----|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | AA1 | AA2 | AA3 | AA4 | AA5 | SC1 | SC2 | SC3 | SC4 | SC5 | TF1 | TF2 | TF3 | TF4 | TF5 | CS1 | CS2 | CS3 | CS4 | CS5 | SI1 | SI2 | SI3 | SI4 | SI5 | CV1 | CV2 | CV3 | CV4 | CV5 | CV6 | CV7 | CV8 |
| 1 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.6 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.6 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4.0 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.9 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 |
| 7 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 8 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3.8 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.8 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3.5 | |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.5 | |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | |
| 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4.0 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3.6 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.7 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.4 |
| 14 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3.8 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.7 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.8 | 4 | 3 | 3 | 3.8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | |
| 15 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.8 | |
| 16 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3.6 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3.8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.0 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 17 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4.0 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3.8 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.1 |
| 18 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | 3.8 | 4 | 3 | 3 | 3.0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.4 | 3.4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.5 | |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.4 | 4 | 3 | 3 | 3.2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | |
| 21 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3.6 | 5 | 4 | 4 | 3.6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | |
| 22 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3.8 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4.0 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4.5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 24 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3.8 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2.8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | |
| 25 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.6 | |
| 26 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.0 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4.4 | |
| 27 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | 4.8 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.4 | |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2.2 | 2.4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.9 | |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 30 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4.2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 31 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.0 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2.8 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2.4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.4 | |
| 32 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.4 | 4 | 5 | 6 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 6 | 4 | 4 | 4.8 | |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.8 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.9 | |
| 36 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2.4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.9 | |
| 37 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4.0 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 41 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4.4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.4 | |
| 43 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3.8 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | |

| NO | Airport Accessibility | | | | | Security Check | | | | | Terminal Facilities | | | | | Customer Satisfaction | | | | | Service Innovation | | | | | Customer Value | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-----|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | AA1 | AA2 | AA3 | AA4 | AA5 | RA2 | SC1 | SC2 | SC3 | SC4 | SC5 | RA2 | TF1 | TF2 | TF3 | TF4 | TF5 | TF6 | RA2 | CS1 | CS2 | CS3 | CS4 | CS5 | RA2 | SI1 | SI2 | SI3 | SI4 | SI5 | RA2 | CV1 | CV2 | CV3 | CV4 | CV5 | CV6 | CV7 | CV8 | RA2 | | | | | |
| 44 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | | | | |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | | | |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2.8 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.4 | | | | |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.7 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.9 | | | |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3.4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.6 | | | |
| 49 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 3 | 4 | 6 | 5 | 1 | 3.8 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | | | |
| 50 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4.7 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | | | |
| 51 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | | | |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | | |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | | |
| 54 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.8 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2.4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.3 | 2.6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.5 | | |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2.8 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.6 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.3 | | |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | | |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 58 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3.4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 60 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 5 | 5 | 4.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | |
| 62 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3.8 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3.7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3.8 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4.2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.6 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4.0 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4.5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3.2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.1 | |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.6 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3.6 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3.8 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.0 | |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4.0 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.8 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4.4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2.8 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.9 |
| 72 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4.0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4.4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 |
| 73 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3.6 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.7 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 74 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.7 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.6 | |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 |
| 79 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | |
| 81 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4.3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3.8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | |
| 82 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3.4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3.4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2.6 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.6 | |
| 84 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | |
| 85 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2.4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4</ | | | | | | | | | | | | | |

| NO | Airport Accessibility | | | | Security Check | | | | Terminal Facilities | | | | Customer Satisfaction | | | | Service Innovation | | | | Customer Value | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|-----------------------|-----|-----|-----|----------------|------|-----|-----|---------------------|-----|-----|------|-----------------------|-----|-----|-----|--------------------|-----|------|-----|----------------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|
| | AA1 | AA2 | AA3 | AA4 | AA5 | RAA2 | SC1 | SC2 | SC3 | SC4 | SC5 | RAA2 | TF1 | TF2 | TF3 | TF4 | TF5 | TF6 | RAA2 | CS1 | CS2 | CS3 | CS4 | CS5 | RAA2 | SIB | S14 | SIS | RAA2 | CV1 | CV2 | CV3 | CV4 | CV5 | CV6 | CV7 | CV8 | RAA2 | |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.8 | 4.2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3.8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4.2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.1 | |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4.2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.7 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4.0 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4.5 | | |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4.0 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4.3 | |
| 92 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3.8 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.3 | |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.7 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | |
| 94 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4.2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.0 | |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8 | |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.7 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 97 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.9 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5.0 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.8 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3.8 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4.4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 |
| RAA2 | 4.0 | 3.8 | 4.2 | 4.5 | 4.4 | 4.2 | 4.6 | 4.4 | 4.1 | 3.9 | 4.0 | 4.2 | 4.4 | 4.5 | 4.6 | 4.5 | 4.4 | 4.4 | 3.9 | 3.7 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 4.0 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 4.1 | 4.0 | 3.9 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | |

| Security Check | | Terminal Facilities | | Customer Satisfaction | | Service Innovation | | Customer Value | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|-----|---------------------|-----|-----------------------|------|--------------------|-----|----------------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|
| SC1 | SC2 | SC3 | SC4 | SC5 | RAA2 | TF1 | TF2 | TF3 | TF4 | TF5 | TF6 | RAA2 | CS1 | CS2 | CS3 | CS4 | CS5 | RAA2 | SIB | S14 | SIS | RAA2 | CV1 | CV2 | CV3 | CV4 | CV5 | CV6 | CV7 | CV8 | RAA2 | |
| 4.1 | 4.1 | 4.1 | 3.9 | 4.0 | 4.2 | 4.4 | 4.5 | 4.6 | 4.5 | 4.4 | 4.0 | 4.4 | 3.9 | 3.7 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 4.0 | 3.9 | 3.9 | 4.0 | 4.1 | 4.0 | 3.9 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.1 | 4.0 | |
| 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.1 |

LAMPIRAN 3
Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel

A. Uji Validitas Variabel *Airport Accesibility* (Aksesibilitas Bandara)

| | | Correlations | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | AA1 | AA2 | AA3 | AA4 | AA5 | sumAA |
| AA1 | Pearson Correlation | 1 | ,392** | ,255* | -,121 | ,043 | ,621** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,010 | ,230 | ,673 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| AA2 | Pearson Correlation | ,392** | 1 | ,150 | -,031 | -,031 | ,654** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,136 | ,760 | ,756 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| AA3 | Pearson Correlation | ,255* | ,150 | 1 | ,099 | ,173 | ,588** |
| | Sig. (2-tailed) | ,010 | ,136 | | ,328 | ,084 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| AA4 | Pearson Correlation | -,121 | -,031 | ,099 | 1 | ,384** | ,393** |
| | Sig. (2-tailed) | ,230 | ,760 | ,328 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| AA5 | Pearson Correlation | ,043 | -,031 | ,173 | ,384** | 1 | ,469** |
| | Sig. (2-tailed) | ,673 | ,756 | ,084 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumAA | Pearson Correlation | ,621** | ,654** | ,588** | ,393** | ,469** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Uji Reliabilitas Variabel *Airport Accessibility* (Aksesibilitas Bandara)

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,425 | ,430 | 5 |

C. Uji Validitas Variabel *Security Check* (Pemeriksaan keamanan)

| | | SC1 | SC2 | SC3 | SC4 | SC5 | sumSC |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| SC1 | Pearson Correlation | 1 | ,153 | -,003 | -,026 | ,149 | ,433** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,127 | ,976 | ,798 | ,140 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| SC2 | Pearson Correlation | ,153 | 1 | ,113 | ,110 | ,092 | ,523** |
| | Sig. (2-tailed) | ,127 | | ,263 | ,275 | ,362 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| SC3 | Pearson Correlation | -,003 | ,113 | 1 | ,383** | -,079 | ,514** |
| | Sig. (2-tailed) | ,976 | ,263 | | ,000 | ,435 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| SC4 | Pearson Correlation | -,026 | ,110 | ,383** | 1 | ,271** | ,659** |
| | Sig. (2-tailed) | ,798 | ,275 | ,000 | | ,006 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| SC5 | Pearson Correlation | ,149 | ,092 | -,079 | ,271** | 1 | ,572** |
| | Sig. (2-tailed) | ,140 | ,362 | ,435 | ,006 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumSC | Pearson Correlation | ,433** | ,523** | ,514** | ,659** | ,572** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

D. Uji Reliabilitas Variabel *Security Check* (Pemeriksaan keamanan)

| Reliability Statistics | | |
|------------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| ,694 | ,706 | 6 |

E. Uji Validitas Variabel *Terminal Facilities* (Fasilitas Terminal Bandara)

| | | Correlations | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | TF1 | TF2 | TF3 | TF4 | TF5 | TF6 | sumTF |
| TF1 | Pearson Correlation | 1 | ,446** | ,265** | ,169 | ,263** | ,228* | ,628** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,008 | ,092 | ,008 | ,023 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TF2 | Pearson Correlation | ,446** | 1 | ,522** | ,440** | ,466** | ,165 | ,784** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,102 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TF3 | Pearson Correlation | ,265** | ,522** | 1 | ,276** | ,330** | ,178 | ,654** |
| | Sig. (2-tailed) | ,008 | ,000 | | ,005 | ,001 | ,076 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TF4 | Pearson Correlation | ,169 | ,440** | ,276** | 1 | ,317** | ,009 | ,545** |
| | Sig. (2-tailed) | ,092 | ,000 | ,005 | | ,001 | ,929 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TF5 | Pearson Correlation | ,263** | ,466** | ,330** | ,317** | 1 | ,210* | ,674** |
| | Sig. (2-tailed) | ,008 | ,000 | ,001 | ,001 | | ,036 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TF6 | Pearson Correlation | ,228* | ,165 | ,178 | ,009 | ,210* | 1 | ,524** |
| | Sig. (2-tailed) | ,023 | ,102 | ,076 | ,929 | ,036 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumTF | Pearson Correlation | ,628** | ,784** | ,654** | ,545** | ,674** | ,524** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

F. Uji Reliabilitas Variabel *Terminal Facilities* (Fasilitas Terminal Bandara)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,400 | ,397 | 5 |

G. Uji Validitas Variabel *Customer Satisfaction* (Fasilitas Terminal Bandara)

Correlations

| | | CS1 | CS2 | CS3 | CS4 | CS5 | sumCS |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CS1 | Pearson Correlation | 1 | ,517** | ,181 | ,313** | ,269** | ,649** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,072 | ,001 | ,007 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CS2 | Pearson Correlation | ,517** | 1 | ,269** | ,241* | ,313** | ,660** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,007 | ,016 | ,002 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CS3 | Pearson Correlation | ,181 | ,269** | 1 | ,500** | ,332** | ,665** |
| | Sig. (2-tailed) | ,072 | ,007 | | ,000 | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CS4 | Pearson Correlation | ,313** | ,241* | ,500** | 1 | ,481** | ,742** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,016 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CS5 | Pearson Correlation | ,269** | ,313** | ,332** | ,481** | 1 | ,721** |
| | Sig. (2-tailed) | ,007 | ,002 | ,001 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumCS | Pearson Correlation | ,649** | ,660** | ,665** | ,742** | ,721** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

H. Uji Reliabilitas Variabel *Customer Satisfaction* (Fasilitas Terminal Bandara)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,721 | ,722 | 5 |

I. Uji Validitas Variabel *Service Innovation* (Inovasi Layanan)

Correlations

| | | S11 | S12 | S13 | S14 | S15 | sumSI |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| S11 | Pearson Correlation | 1 | ,387** | ,182 | ,239* | ,211* | ,563** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,070 | ,017 | ,035 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| S12 | Pearson Correlation | ,387** | 1 | ,376** | ,306** | ,503** | ,737** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,002 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| S13 | Pearson Correlation | ,182 | ,376** | 1 | ,374** | ,493** | ,708** |
| | Sig. (2-tailed) | ,070 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| S14 | Pearson Correlation | ,239* | ,306** | ,374** | 1 | ,434** | ,693** |
| | Sig. (2-tailed) | ,017 | ,002 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| S15 | Pearson Correlation | ,211* | ,503** | ,493** | ,434** | 1 | ,763** |
| | Sig. (2-tailed) | ,035 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumSI | Pearson Correlation | ,563** | ,737** | ,708** | ,693** | ,763** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

J. Uji Reliabilitas Variabel Service Innovation (Inovasi Layanan)

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---------------------|---|------------|
| ,731 | ,730 | 5 |

K. Uji Validitas Variabel *Customer Value* (Nilai Pelanggan)

| | | Correlations | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | CV1 | CV2 | CV3 | CV4 | CV5 | CV6 | CV7 | CV8 | sumCV |
| CV1 | Pearson Correlation | 1 | ,515** | ,126 | ,545** | ,226* | ,295** | ,258** | ,329** | ,638** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,212 | ,000 | ,024 | ,003 | ,009 | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV2 | Pearson Correlation | ,515** | 1 | ,223* | ,442** | ,331** | ,346** | ,296** | ,329** | ,681** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,026 | ,000 | ,001 | ,000 | ,003 | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV3 | Pearson Correlation | ,126 | ,223* | 1 | ,230* | ,306** | ,354** | ,377** | ,270** | ,555** |
| | Sig. (2-tailed) | ,212 | ,026 | | ,021 | ,002 | ,000 | ,000 | ,006 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV4 | Pearson Correlation | ,545** | ,442** | ,230* | 1 | ,262** | ,410** | ,355** | ,287** | ,677** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,021 | | ,008 | ,000 | ,000 | ,004 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV5 | Pearson Correlation | ,226* | ,331** | ,306** | ,262** | 1 | ,219* | ,360** | ,152 | ,567** |
| | Sig. (2-tailed) | ,024 | ,001 | ,002 | ,008 | | ,029 | ,000 | ,131 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV6 | Pearson Correlation | ,295** | ,346** | ,354** | ,410** | ,219* | 1 | ,580** | ,504** | ,716** |
| | Sig. (2-tailed) | ,003 | ,000 | ,000 | ,000 | ,029 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV7 | Pearson Correlation | ,258** | ,296** | ,377** | ,355** | ,360** | ,580** | 1 | ,435** | ,705** |
| | Sig. (2-tailed) | ,009 | ,003 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CV8 | Pearson Correlation | ,329** | ,329** | ,270** | ,287** | ,152 | ,504** | ,435** | 1 | ,628** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,001 | ,006 | ,004 | ,131 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| sumCV | Pearson Correlation | ,638** | ,681** | ,555** | ,677** | ,567** | ,716** | ,705** | ,628** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

L. Uji Reliabilitas Variabel *Customer Value* (Nilai Pelanggan)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,799 | ,801 | 8 |

LAMPIRAN 4
Hasil Uji Outer Model, Uji Inner Model dan
Hubungan Antar Konstrak

A. Cross Loading antar indikator dengan konstruk

Discriminant Validity

| | Fornell-Larcker Criterion | Cross Loadings | Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) | Heterotrait-M | |
|-----------|---------------------------|------------------|------------------------------------|-------------------|-------------------|
| | Customer Satis... | Customer Valu... | Moderating Eff... | Security Check... | Service Innova... |
| 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 | 0.688 | -0.134 | 0.277 | 0.442 |
| CV2 | 0.247 | 0.710 | -0.145 | 0.243 | 0.565 |
| CV4 | 0.234 | 0.706 | -0.224 | 0.351 | 0.399 |
| CV6 | 0.397 | 0.738 | -0.275 | 0.397 | 0.338 |
| CV7 | 0.353 | 0.688 | -0.293 | 0.407 | 0.359 |
| CV8 | 0.348 | 0.691 | -0.326 | 0.385 | 0.400 |
| 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 | 0.280 | 0.709 |
| SI2 * CS1 | -0.247 | -0.006 | 0.312 | -0.219 | -0.165 |
| SI2 * CS4 | -0.185 | -0.174 | 0.753 | -0.237 | -0.075 |
| SI2 * CS5 | -0.134 | -0.255 | 0.681 | -0.250 | -0.096 |
| SI3 | 0.360 | 0.422 | -0.296 | 0.227 | 0.738 |
| SI3 * CS1 | -0.315 | -0.119 | 0.446 | -0.206 | -0.255 |
| SI3 * CS1 | -0.315 | -0.119 | 0.446 | -0.206 | -0.255 |
| SI3 * CS4 | -0.125 | -0.293 | 0.825 | -0.150 | -0.211 |
| SI3 * CS5 | -0.137 | -0.149 | 0.578 | -0.064 | -0.242 |
| SI4 | 0.277 | 0.536 | -0.141 | 0.265 | 0.753 |
| SI4 * CS1 | 0.037 | -0.032 | 0.167 | -0.035 | -0.166 |
| SI4 * CS4 | 0.133 | -0.299 | 0.638 | -0.058 | -0.128 |
| SI4 * CS5 | 0.004 | -0.095 | 0.359 | 0.072 | -0.133 |
| SI5 | 0.395 | 0.384 | -0.223 | 0.258 | 0.788 |
| SI5 * CS1 | -0.213 | -0.056 | 0.392 | -0.109 | -0.143 |
| SI5 * CS4 | -0.123 | -0.290 | 0.848 | -0.139 | -0.202 |
| SI5 * CS5 | -0.110 | -0.132 | 0.649 | -0.087 | -0.168 |

B. Korelasi Antar konstruk Akar AVE

Discriminant Validity

| | Customer Satis... | Customer Valu... | Moderating Eff... | Scurity Check... | Service Innova... |
|--------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Customer Satis... | 0.754 | | | | |
| Customer Valu... | 0.428 | 0.704 | | | |
| Moderating Eff... | -0.146 | -0.330 | 0.591 | | |
| Scurity Check ... | 0.520 | 0.485 | -0.195 | 0.825 | |
| Service Innovat... | 0.445 | 0.598 | -0.249 | 0.345 | 0.748 |

C. Composite Reliability

| Composite Reliability | Avera |
|-----------------------|-------|
| Composite Reliability | 0.798 |
| | 0.855 |
| | 0.850 |
| | 0.808 |
| | 0.835 |

D. R Square dan Path Coefficients

| R Square | | |
|-------------------|----------|-------------------|
| Matrix | R Square | R Square Adjusted |
| | R Square | R Square Adjus... |
| Customer Satis... | 0.271 | 0.263 |
| Customer Valu... | 0.423 | 0.404 |

Path Coefficients

| Mean, STDEV, T-Values, P-Values | Confidence Intervals | Confidence Intervals Bias Corrected | Samples | Copy to Clipboard: | Excel Form |
|---|----------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------|
| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STD...) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
| Customer Satisfaction (CS) -> Customer Value (CV) | 0.193 | 0.210 | 0.108 | 1.784 | 0.075 |
| Moderating Effect 1 -> Customer Value (CV) | -0.176 | -0.211 | 0.124 | 1.413 | 0.158 |
| Security Check (SC) -> Customer Satisfaction (CS) | 0.520 | 0.538 | 0.065 | 7.986 | 0.000 |
| Service Innovation (SI) -> Customer Value (CV) | 0.466 | 0.460 | 0.097 | 4.793 | 0.000 |

E. Hubungan Antar Konstrak

