

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan konsumen pada penumpang cabin maskapai “X” di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang, Banten, dengan menggunakan metode studi deskriptif dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang penumpang maskapai “X” di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang, Banten.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 50 item yang merupakan modifikasi dari alat ukur A Multidimensional Scale to Capture Customer Perceptions and Expectations of Service Quality, oleh Zeithaml (2009) yang dibuat berdasarkan lima dimensi kualitas jasa, yaitu : tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan rumus Rank Spearman dan reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, juga pengolahan data dengan menggunakan SPSS 17.0 diperoleh 50 item yang diterima dengan validitas perceived sebesar 0,301 sampai 0,666; validitas expected sebesar 0,302 sampai 0,721 dengan reliabilitas perceived sebesar 0,959 ; reliabilitas expected sebesar 0,963.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan disimpulkan bahwa terdapat 76 orang (76%) konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan cabin maskapai “X” dan 22 orang (22%) konsumen yang sangat puas terhadap pelayanan cabin maskapai “X” di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang, Banten.

Kesimpulan yang diperoleh adalah sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan cabin maskapai “X”. Ketidakpuasan terbesar dirasakan dalam dimensi responsiveness dan empathy.

Peneliti memberikan saran agar pihak cabin maskapai “X” memberikan training customer satisfaction kepada pramugari agar memiliki pengetahuan mengenai kebutuhan khusus yang diperlukan oleh penumpang selama berada didalam cabin dan pelayanan dari pramugari untuk lebih tanggap dan gesit dalam melayani kebutuhan penumpangnya.

ABSTRACT

This research aims to figure out the percentage of customer satisfaction with airline company “X” cabin occupants in Soekarno-Hatta International Airport Tangerang, Banten. The method which is being used for this research is a descriptive method by spreading out questionnaires to 100 occupants of the airline company “X” in Soekarno-Hatta International Airport Tangerang, Banten.

The instrumentations of measurement used for this research consist of 50 items which are the modifications of A Multidimensional Scale to Capture Customer Perceptions and Expectations of Service Quality measurement instrument by Zeithaml (2009). The instrument is made based on five service quality dimensions which are tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. According to the validity experiment by using the Rank Spearman formulation, the reliability experiment by using the Alpha Cronbach formulation, as well as data processing by using the SPSS 17.0, the researcher finds 50 items with perceived validity within the range of 0.301 to 0.666; with expected validity within the range of 0.302 to 0.721 and reliability perceived and expected within the range of 0.959-0.963.

Based on the research and discussion of the matter, it can be concluded that there are 76 occupants (76%) who are dissatisfied and 22 occupants (22%) who are satisfied with the service of airline company “X” cabin Soekarno-Hatta International Airport, Tangerang, Banten.

The conclusion that can be drawn based on this research is that most of the occupants are dissatisfied with the service quality of the airline company “X” cabin. The major dissatisfaction is perceived in the responsiveness and empathy dimensions.

Researcher advises airline company “X” party to give a comprehensive customer satisfaction training for the cabin crews in order to acquire specific knowledge of the special needs of the occupants while they are in the cabin as well as for the flight attendants to be more responsive and agile in fulfilling their occupants’ needs.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I (PENDAHULUAN)	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	12
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5. Kerangka Pikir.....	14
1.6. Asumsi.....	27

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)	28
2.1. Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen.....	29
2.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	30
2.2. Jasa.....	32
2.2.1 Definisi Jasa.....	32
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	33
2.2.3 Kualitas Jasa.....	34
2.2.3.1 <i>Expected Service</i>	35
2.2.3.2 <i>Perceived Service</i>	38
2.2.4 Model Kualitas Jasa.....	40
2.2.5 Dimensi Kualitas Jasa.....	40
2.3. Teori Persepsi.....	42
BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)	46
3.1. Rancangan Penelitian.....	46
3.2. Bagan Prosedur Penelitian.....	46
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	47
3.3.1 Variabel Penelitian.....	47
3.3.2 Definisi Operasional.....	47
3.4. Alat Ukur.....	48
3.4.1 Kisi-kisi Alat Ukur.....	49

3.4.2	Prosedur Penilaian.....	51
3.4.3	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	53
3.4.3.1	Data Pribadi.....	53
3.4.3.2	Data Penunjang.....	53
3.4.4	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	53
3.4.4.1	Validitas Alat Ukur.....	53
3.4.4.2	Reliabilitas Alat Ukur.....	55
3.4.5	Uji Coba Alat Ukur.....	56
3.5.	Populasi Sasaran dan Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.5.1	Poupulasi Sasaran.....	56
3.5.2	Karateristik Sampel.....	56
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.6.	Teknik Analisis Data.....	57
 BAB IV (HASIL DAN PEMBAHASAN)		59
4.1	Gambaran Responden.....	59
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan Jasa Penerbangan Maskapai "X"	62
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Gambaran Kepuasan Konsumen pada Setiap Dimensi.....	64

4.2.1.1 Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Tangibles</i>	64
4.2.1.2 Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Reliability</i>	64
4.2.1.3 Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
4.2.1.4 Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Assurance</i>	66
4.2.1.5 Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Empathy</i>	66
4.3 Pembahasan.....	67
BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Teoritis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR RUJUKAN	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur.....	49
Tabel 3.2 Skala Penilaian.....	51
Tabel 3.3 Kategori GAP.....	52
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan frekuensi menggunakan Jasa Penerbangan Maskapai “X”.....	62
Tabel 4.5 Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4.6 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Tangibles</i>	64
Tabel 4.7 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Reliability</i>	64
Tabel 4.8 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
Tabel 4.9 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Assurance</i>	66
Tabel 4.10 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Dimensi <i>Emphaty</i>	66

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.5 Kerangka Pikir.....	26
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 ----- Kuesioner Kepuasan Konsumen
- Lampiran 2 ----- Kisi-kisi Alat Ukur
- Lampiran 3 ----- Kisi-kisi Data Penunjang
- Lampiran 4 ----- Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
- Lampiran 5 ----- Tabulasi Silang Kepuasan Konsumen dengan Dimensi
- Lampiran 6 ----- Tabulasi Silang dengan Data Penunjang