

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini, sektor pelayanan mulai memimpin dalam pembangunan perekonomian negara dan menjadi hal penting dalam pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Memberikan pelayanan yang berkualitas dianggap sebagai strategi penting untuk keberhasilan dan untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini. Terlebih terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang penerbangan yang merupakan sektor jasa yang sangat kompetitif perlu meningkatkan strategi pelayanan untuk dapat terus bertahan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa peranan kualitas pelayanan dalam penerbangan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi pada pelanggan perusahaan penerbangan AirAsia *airline* di Bandung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif - *causal explanatory*. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuisioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*. Analisis kuantitatif dilakukan dengan metode regresi *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam penerbangan memiliki pengaruh langsung positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dimana kualitas pelayanan dalam penerbangan juga memiliki pengaruh tidak langsung positif terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan. Dari hasil persamaan regresi berganda, sederhana dan *path analysis* yang diperoleh, maka didapat hasil terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung dengan dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, penerbangan.

ABSTRACT

In this era of globalization, the service sector started to lead the country in economic development and are considered important in the consideration of the company to increase competitive advantage. Providing quality service is considered as an important strategy for success and to survive in today's competitive environment. Moreover, the companies engaged in aviation is a highly competitive service sector needs to improve service strategy to be able to continue to survive.

This study aims to identify and analyze the role of in-flight service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a mediation factor on AirAsia airline customers in Bandung. Type of research is a quantitative research - causal explanatory. The samples in this study were taken by distributing questionnaires using non-probability sampling method which is purposive sampling method. Quantitative analysis performed by the method of regression path analysis.

The results showed that the in-flight service quality has a direct positive impact on customer satisfaction and customer loyalty, which in-flight service quality also has an indirect positive effect on customer loyalty with customer satisfaction as a mediation. From the results of multiple, simple and path analysis regression equation were obtained, there was a direct effect of service quality on customer loyalty and there was also an indirect effect mediated by customer satisfaction on customer loyalty while the rest is influenced by other factors.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty, airline.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Replikasi Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Batasan Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pelayanan.....	10
2.1.2 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	21
2.2 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	27
2.2.1 Rerangka Teoritis.....	31
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.5 Model Penelitian.....	38
2.2.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....	39

BAB III METODE PENELITIAN..... 59

3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Populasi dan Sampel.....	59
3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5 Definisi Operational Variabel dan Skala Pengukuran.....	62
3.6 Uji Asumsi.....	68
3.7 Uji Instrument Penelitian.....	69
3.7.1 Uji Validitas.....	70

3.7.2 Uji Reliabilitas.....	70
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis Penelitian.....	71
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 73
4.1 Karakteristik Responden.....	73
4.2 Hasil Kuisioner Penelitian.....	76
4.3 Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas dan Asumsi Klasik.....	98
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	109
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 113
5.1 Simpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
 DAFTAR PUSTAKA.....	 117
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
Gambar 2 Rerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3 Rerangka Teoritis.....	31
Gambar 4 Model Penelitian <i>SERVQUAL – Customer Satisfaction –</i> <i>Customer Loyalty</i>	38
Gambar 5 Pengaruh <i>SERVQUAL & Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	112

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2 Usia.....	73
Tabel 4.3 Pendapatan/ Bulan.....	74
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	75
Tabel 4.5 Penggunaan <i>AirAsia Airline</i>	75
Tabel 4.6 Frekuensi Penggunaan <i>AirAsia Airline</i>	76
Tabel 4.7 Tangible 1.....	76
Tabel 4.8 Tangible 2.....	77
Tabel 4.9 Tangible 3.....	78
Tabel 4.10 Tangible 4.....	78
Tabel 4.11 Tangible 5.....	79
Tabel 4.12 Tangible 6.....	80
Tabel 4.13 Tangible 7.....	80
Tabel 4.14 Tangible 8.....	81
Tabel 4.15 Tangible 9.....	82
Tabel 4.16 Reliability 1.....	83
Tabel 4.17 Reliability 2.....	83
Tabel 4.18 Reliability 3.....	84
Tabel 4.19 Reliability 4.....	85

Tabel 4.20	Responsiveness 1.....	85
Tabel 4.21	Responsiveness 2.....	86
Tabel 4.22	Responsiveness 3.....	87
Tabel 4.23	Responsiveness 4.....	87
Tabel 4.24	Assurance 1.....	88
Tabel 4.25	Assurance 2.....	89
Tabel 4.26	Assurance 3.....	89
Tabel 4.27	Assurance 4.....	90
Tabel 4.28	Empathy 1.....	91
Tabel 4.29	Empathy 2.....	91
Tabel 4.30	Empathy 3.....	92
Tabel 4.31	Satisfaction 1.....	93
Tabel 4.32	Satisfaction 2.....	93
Tabel 4.33	Satisfaction 3.....	94
Tabel 4.34	Satisfaction 4.....	95
Tabel 4.35	Satisfaction 5.....	95
Tabel 4.36	Loyalty 1.....	96
Tabel 4.37	Loyalty 2.....	97
Tabel 4.38	Loyalty 3.....	98
Tabel 4.39	Uji Validitas Awal.....	98
Tabel 4.40	Uji Validitas Akhir.....	100
Tabel 4.41	Uji Reliabilitas (Tangible).....	101
Tabel 4.42	Uji Reliabilitas (Reliability).....	102
Tabel 4.43	Uji Reliabilitas (Responsiveness).....	103

Tabel 4.44	Uji Reliabilitas (Assurance).....	103
Tabel 4.45	Uji Reliabilitas (Empathy).....	104
Tabel 4.46	Uji Reliabilitas (Satisfaction).....	105
Tabel 4.47	Uji Reliabilitas (Loyalty).....	105
Tabel 4.48	Uji Normalitas.....	106
Tabel 4.49	Uji Multikolinieritas.....	107
Tabel 4.50	Uji Heteroskedastisitas.....	107
Tabel 4.51	Uji Outliers.....	108
Tabel 4.52	Analisis Regresi Sederhana.....	109
Tabel 4.53	Analisis Regresi Berganda.....	110

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Kuisioner Penelitian
- Lampiran III Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
- Lampiran IV Asumsi Klasik
- Lampiran V Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian