

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN, CITRA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
MASKAPAI PENERBANGAN BATIK AIR RUTE
KOTA PEKANBARU-JAKARTA**

Oleh:

Muhammad Arif

Pembimbing: Sri Restuti dan Deny Danar Rahayu

Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email : arifhuda674@gmail.com

Analysis of Service Quality, Image Toward Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Batik Air Flight Concern Route City Pekanbaru-Jakarta

ABSTRACT

The research was conducted at PT. Lion Mentari Airlines in order to determine how Service Quality, Image either directly or indirectly on Customer Loyalty through of Customer Satisfaction. The sample in this study are 135 customer at PT. Lion Mentari Airlines, with testing data analysis used in this study is a Test Validity, Reliability Test, Test Classical Assumptions, Methods Msi. Data analysis method used is the method of path analysis or path analysis with the help of Statistica Package of Social Science (SPSS) version 21.0. From the proceeds of the test that have been done, the path of Service Quality (X_1) significantly impact to Customer Satisfaction (Y_1). The result of the path of Image (X_2) had a significantly impact to Customer Satisfaction (Y_1). The path of Customer Satisfaction (Y_1) not had significantly impact to Customer Loyalty (Y_2). The result of the path of Service Quality (X_1) had a significantly impact to Customer Loyalty (Y_2). The result of the path of Image (X_2) had a significantly impact to Customer Loyalty (Y_2). The last is, the path of Service Quality (X_1) to Customer Loyalty (Y_2) through of Customer Satisfaction (Y_1) had a direct effect and don't had indirect effect. The result of the path of Image (X_2) to Customer Loyalty (Y_2) through of Customer Satisfaction (Y_1) had a direct effect and don't had indirect effect.

Keywords: *Customer, Satisfaction, Loyalty, Service Quality, and Image.*

PENDAHULUAN

Salah satu jenis maskapai penerbangan di Indonesia adalah Batik Air, yang merupakan maskapai swasta terbaru yang didirikan pada tahun 2013, oleh PT. Lion Mentari Airlines. Batik Air adalah ekspansi dari Lion Air, dengan menerapkan sistem penerbangan pelayanan penuh (*full service*), sehingga mampu

menyediakan pilihan bagi segmentasi menengah. Berbagai macam fasilitas yang disediakan, seperti fasilitas kursi yang nyaman, hiburan via elektronik, Wi-Fi, dan telepon sehingga penumpang dapat menelpon dari atas pesawat. Akan tetapi terdapat suatu permasalahan kualitas layanan yang timbul pada maskapai penerbangan

Batik Air, ditandai dengan maskapai belum sepenuhnya dapat mengatasi masalah dalam hal mengelola waktu, karena kesalahan dalam penjadwalan keberangkatan bisa saja berdampak terhadap citra dari suatu perusahaan. Waktu penerbangan yang dibutuhkan untuk sampai ditujuan, seharusnya sesuai dengan estimasi yang telah dibuat, sehingga tidak membuat konsumen kecewa terhadap maskapai penerbangan, karena salah satu alasan konsumen memilih jasa angkutan udara sebagai transportasi adalah kecepatan yang dimiliki oleh pesawat terbang tersebut, sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk sampai ditujuan dengan cepat.

Keterlambatan jadwal penerbangan yang dialami konsumen bukanlah permasalahan kecil, mulai dari 1-2 jam pemunduran jadwal keberangkatan dengan alasan yang tidak jelas, sehingga konsumen dirugikan dari segi tenaga dan waktu. Jika maskapai penerbangan tidak memperhatikan citra yang ada pada masyarakat, bisa saja kepuasan pelanggan tidak akan terpenuhi, karena jika maskapai hanya memperhatikan faktor-faktor tertentu saja, maka akan membuat citra maskapai terlihat buruk. Seperti yang terjadi di Benua Eropa, puluhan maskapai penerbangan di Indonesia yang dilarang beroperasi di wilayahnya, termasuk Batik Air karena terkait faktor keamanan. Sampai sejauh ini Batik Air memang belum pernah mengalami insiden, akan tetapi larangan beroperasi terjadi pada maskapai ini, dikarenakan kedekatannya dengan perusahaan induk Lion Air dalam hal pemeliharaan pesawat.

Rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: 1)

Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 2) Bagai-manakah pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 3) Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 4) Bagai-manakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 5) Bagai-manakah pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 6) Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta? 7) Bagaimanakah pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta?

Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 4) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh

kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 5) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 6) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. 7) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

TELAAH PUSTAKA

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan, dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Parasuraman *et. al.*, 1998; Lupiyoadi, 2001; Sinaga, 2010). Menurut Kotler dalam Supranto (2006), terdapat 5 dimensi beserta indikator dari kualitas layanan yaitu: Analisis keandalan pelayanan: 1. Ketepatan keberangkatan dan waktu tiba. Didalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepentingan secara rinci. Untuk ketepatan keberangkatan dan waktu tiba berarti pihak perusahaan wajib untuk menjamin tepatnya waktu berangkat, dan waktu tiba pesawat sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini, mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan-pelanggannya/para penumpang. 2. Pelayanan yang ramah serta selalu

siap menolong. Dalam memberikan pelayanan yang efektif, diharapkan bersikap ramah serta selalu siap menolong kepada penumpang. Analisis Keresponsifan: 1. Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, misalnya apabila terdapat kelebihan pemesanan tempat penumpang (*overbooking*), perusahaan harus dengan segera dapat mengatasinya dengan mentransfer penumpang ke jadwal berikutnya atau ke *airline* lainnya, sehingga pelanggan tidak terlantar. Hal ini mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan-pelanggannya. 2. Kemampuan perusahaan cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. Dalam faktor ini diperlukan suatu kemampuan untuk cepat tanggap dari perusahaan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, suatu masalah yang diantisipasi dengan baik dan cepat oleh perusahaan dapat memberikan suatu kesan yang baik kepada pelanggan dan mereka tidak akan menjadi terlalu kecewa, dan terus mengingat kejadian itu. Analisis Keyakinan: 1. Pengetahuan dan kecakapan staf baik *ground staff* maupun *inflight staff*. Pengertian faktor ini adalah menuntut karyawan, baik awak pesawat maupun karyawan di darat memiliki pengetahuan yang luas mengenai bidangnya masing-masing. 2. Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Untuk memperoleh dan mempertahankan loyalitas pelanggan, maka harus dilakukan suatu komunikasi yang terus menerus serta efektif dengan pelanggan, guna menciptakan keunggulan daya saing. Salah satu upaya yang jelas adalah

mendengarkan apa yang diinginkan oleh pelanggan, dan memberikan pengertian yang jelas mengenai kemampuan perusahaan dalam melayani mereka. Analisis Empati: 1. Memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemampuan pihak perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya merupakan suatu nilai tambah bagi perusahaan tersebut, dimana pihak perusahaan dapat mengerti dan menganalisis kebutuhan dan keinginan pelanggan. Usaha lain yang dapat dilakukan perusahaan adalah peningkatan kemampuan karyawan, untuk dapat memahami kebutuhan pelanggannya melalui pelatihan khusus. 2. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang. Rasa aman merupakan suatu yang diperlukan oleh setiap manusia dalam menjalankan kehidupannya dan ini sudah menjadi keharusan, demikian pula halnya dengan pelanggan/penumpang pesawat terbang. Analisis berwujud: 1. Kebersihan dan kerapian pesawat serta *crew*. Kebersihan merupakan faktor lain yang termasuk dapat dirasakan, dapat dilihat langsung oleh pelanggan dan termasuk salah satu faktor yang sering dinilai oleh pelanggan. Untuk menjaga tingkat kebersihan dan kerapian, maka diperlukan adanya perawatan pesawat sebelum dan sesudah jam operasi yang mencakup luar dan dalam pesawat. Kerapian pesawat serta *crew*/awak udara juga tidak dapat diabaikan pula, karena ini akan mencerminkan citra atau *image* perusahaan dimata pelanggan/penumpangnya. 2. Penataan *eksterior* dan *interior* pesawat yang baik. Dalam hal ini yang langsung terlihat oleh pelanggan adalah pesawat, dimana *eksterior* harus dalam kondisi

yang baik (layak terbang), warna yang menarik dan eksotis. Sedangkan untuk *interior* pesawat yang diutamakan adalah tempat duduk yang lapang dan nyaman, pengaturan udara yang sejuk, *sound system* yang baik serta hiburan yang menyenangkan.

2. Citra

Alma dalam Utari (2010), menyatakan bahwa citra adalah impresi, perasaan, atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau mengenai lembaga. Menurut Liou dan Chuang dalam Semuel dan Wijaya (2008), dimensi dari citra perusahaan terbagi menjadi empat bagian besar, yaitu: Norma-norma kesusilaan, berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memiliki moral terhadap lingkungan dan sosialnya. Norma-norma kesusilaan meliputi: 1. Kegiatan amal, perusahaan melakukan kegiatan-kegiatan sosial bagi masyarakat sekitarnya. 2. Kegiatan ramah lingkungan, perusahaan mampu melakukan proses produksi, dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan. Pengelolaan, berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan tersebut dikelola dengan baik, meliputi: 1. Keterampilan karyawan, kemampuan pekerja yang diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumennya. 2. Kerja sama, kerja sama antara pekerja di perusahaan. Prestasi, berkaitan dengan kinerja dari perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya, meliputi: 1. Kewajaran harga, kesesuaian harga yang dibayarkan konsumen dengan kualitas produk. 2. Kegiatan promosi, kegiatan promosi mampu menarik perhatian konsumennya 3. Iklan, pengiklanan yang mendongkrak

pendapatan bagi perusahaan. 4. Saluran penjualan, kemudahan untuk bertransaksi yang disediakan oleh perusahaan. Layanan, berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memuaskan konsumennya, meliputi: 1. Kecepatan pelayanan, kecepatan yang diberikan kepada konsumen. 2. Penanganan pengaduan, bagaimana pekerja mengatasi komplain dari konsumennya. 3. Berfokus pada kebutuhan pelanggan, perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya.

3. Kepuasan Pelanggan

Penemuan **Dong-Mo Koo dalam Agustin, Budiyanto, dan Ridwan (2009)**, dengan jelas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi senang, atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk, dan harapan-harapannya. Sedangkan atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan sebagai berikut: 1. Merasa puas dengan harga produk yang dijual. 2. Merasa puas dengan layanan yang diberikan. 3. Merasa puas dengan informasi tentang produk yang dijual.

4. Loyalitas Pelanggan

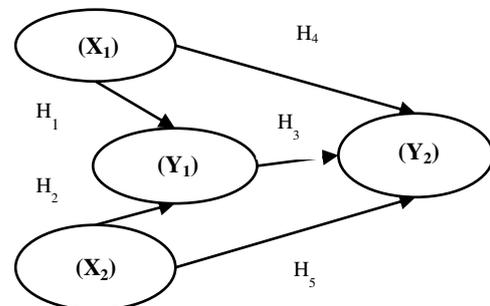
Oliver dalam Hurriyati (2005), mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi, dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. **Zeithaml et. al., dalam Rinanda (2014)**, mengemukakan bahwa

indikator dari loyalitas pelanggan yang kuat adalah: 1. mengatakan hal positif, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi. 2. Merekomendasikan kepada teman, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman. 3. pembelian secara terus menerus, adalah pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

Kerangka Penelitian

Gambar 1

Kerangka Penelitian



Sumber: Utari (2010).

Hipotesis

Dari uraian yang telah dikemukakan terdahulu, maka yang menjadi hipotesa dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₂: Citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₃: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₄: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai pener-

bangun Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₅ : Citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₆ : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

H₇ : Citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang maskapai penerbangan Batik Air rute Pekanbaru-Jakarta. Penentuan jumlah sampel yang representatif tergantung pada jumlah indikator dikali 5 hingga 10 (**Ferdinand, 2006**). Dengan mengacu pada pendapat tersebut dan berdasarkan pertimbangan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 135.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada responden, atau masyarakat yang menjadi objek dalam penelitian ini, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, surat kabar, televisi, artikel dari internet, dan berbagai sumber lainnya. Dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis melakukan teknik pengumpulan data melalui *questioner*, yaitu sumber yang secara tidak

langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan untuk metode analisis data penulis menggunakan *Path Analysis*, yang diawali dengan uji kualitas data melalui uji validitas dan uji reliabilitas, setelah itu penulis melakukan uji normalitas, dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Data

a. Uji Validitas

Pengolahan uji data validitas ini menggunakan *SPSS 21.0 for windows* dan juga Menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Nilai r hitung diambil dari output SPSS *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Sedangkan nilai r Tabel diambil dengan menggunakan rumus $df = n - 2$. Yaitu $df = 135 - 2 = 133$. sehingga diperoleh nilai r Tabel sebesar 0,1690 (taraf signifikansi 5 % untuk uji dua arah). Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) keseluruhan indikator yang di uji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r Tabel. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas juga dilakukan secara statistik yaitu dengan menghitung besarnya *Cornbach's Alpha*. Penghitungan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21.0 for windows*. Nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel memiliki nilai koefisien *alpha* diatas 0,60. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

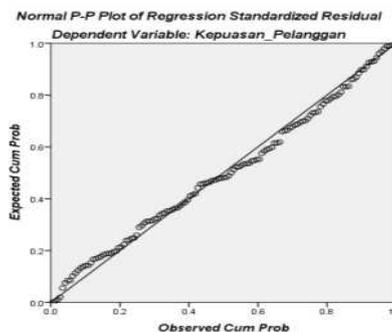
c. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogorov-Smirnov* dan grafik *P-P Plot of Regression Standarized Residual*, yang terdapat pada *SPSS 21.0* dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Hasil output *SPSS for Windows versi 21.0* untuk uji normalitas ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut:

Uji Normalitas Hubungan Kualitas Layanan dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

Data deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot of Regression Standarized Residual*. Data berdistribusi normal dilakukan dengan memperhatikan normal *probability plot* pada scatter plot berdistribusi normal. Pada gambar terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, secara penyebaran data mengikuti arah garis diagonal. Maka jalur tersebut memenuhi asumsi normalitas seperti pada Gambar 2 berikut:

Gambar 2
Diagram P-P Plot Normalitas
Kualitas Layanan dan Citra
terhadap Kepuasan
Pelanggan



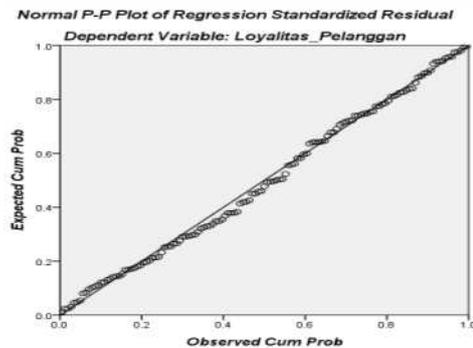
Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis yang diagonal. Dari gambar 2 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

Uji Normalitas Hubungan Kualitas Layanan dan Citra terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta.

Data deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot of Regression Standarized Residual*. Data berdistribusi normal dilakukan dengan memperhatikan normal *probability plot* pada scatter plot berdistribusi normal. Pada gambar terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, secara penyebaran data mengikuti arah garis diagonal. Maka jalur tersebut memenuhi asumsi normalitas seperti pada Gambar 3 berikut:

Gambar 3
Diagram P-P Plot Normalitas
Kualitas Layanan, Citra, dan
Kepuasan Pelanggan
terhadap Loyalitas
Pelanggan



Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Dari gambar 3 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

d. Uji Linearitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji linearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika Sig. Atau Signifikansi pada *Deviation From Linearity* > 0,05 maka hubungan antar variabel adalah linear.
2. Jika Sig. Atau Signifikansi pada *Deviation From Linearity* < 0,05 maka hubungan antar variabel adalah tidak linear.

a. Hasil uji linearitas antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan mengasumsikan hubungan di antara variabelnya bersifat linear (*Deviation From Linearity* 1,209 > 0,05).

b. Hasil uji linearitas antara variabel Citra terhadap loyalitas pelanggan mengasumsikan hubungan di antara

variabelnya bersifat linear (*Deviation From Linearity* 1,404 > 0,05).

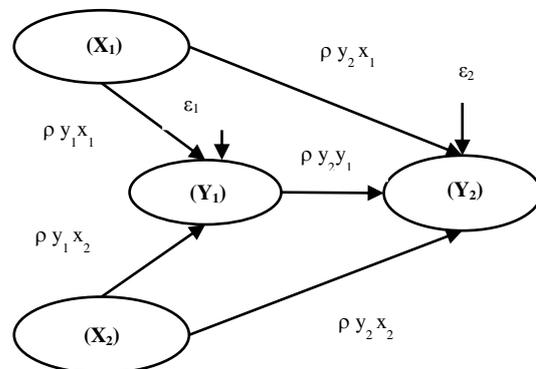
c. Hasil uji linearitas antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan mengasumsikan hubungan di antara variabelnya bersifat linear (*Deviation From Linearity* 1,734 > 0,05).

Hasil Pengujian Analisis Jalur (Path Analysis)

Persamaan Struktural

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diperlihatkan gambar mengenai pengaruh struktural dan koefisien jalur keseluruhan variabel sebagai berikut:

Gambar 4
Pengaruh Struktur dan Koefisien
Jalur Keseluruhan Variabel
X₁, X₂, Y₁, dan Y₂



Sumber: Utari (2010).

Jika diagram struktur yang lengkap ini dipecah maka akan menjadi beberapa sub-struktur, yaitu :

a. Sub – Struktural 1

$$Y_1 = \rho + \rho x_1 y_1 + \rho x_2 y_1 + e_1 \text{ (Persamaan Sub- Struktural 1)}$$

b. Sub – Struktural 2

$$Y_2 = \rho + \rho x_1 y_2 + \rho x_2 y_2 + \rho y_1 y_2 + e_2 \text{ (Persamaan Sub- Struktural 2)}$$

a. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta

Untuk menguji hipotesis dapat dilihat dengan memperhatikan T hitung. Apakah signifikan apabila t hitung > t Tabel. Diketahui nilai t Tabel pada taraf signifikn 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 T \text{ Tabel} &= \alpha/2 ; n-k-1 \\
 &= 0,05/2 ; 135 - 4 - 1 \\
 &= 0,025 ; 130 \\
 &= 1.978
 \end{aligned}$$

Tabel 1
Nilai Koefisien Jalur Kualitas Layanan, Citra, terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-,477	,253	
Kualitas Layanan	,196	,074	,197
Citra	,895	,101	,650

Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015)

Adapun besar koefisien determinasi disajikan pada Tabel 1 senilai 0,643. Epsilon adalah $1 - R^2 = 1 - 0,643 = 0,357$.

Tabel 2
Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Layanan, dan Citra, terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,802 ^a	,643	,637	,48225

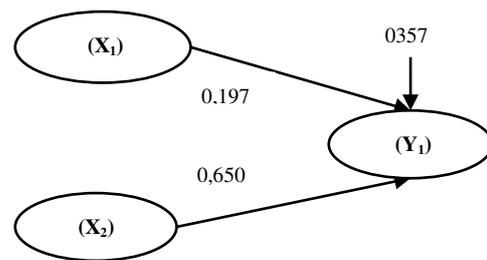
Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Hasil pengujian memperlihatkan nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan (X_1) adalah $2,668 > t$ Tabel dengan tingkat signifikansi

(0,009) yang lebih kecil dari α (0,05), dan Nilai t hitung untuk variabel citra (X_2) adalah 8,820 dengan tingkat signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari α (0,05), Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, dan citra secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk itu, koefisien jalur dapat dibuat dengan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y_1 &= \rho + \rho y_1 x_1 + \rho y_1 x_2 + e_1 \\
 \text{Kepuasan pelanggan} &= -0,477 + 0,197 \text{KL} + 0,650 \text{C} + 0,357
 \end{aligned}$$

Gambar 5
Koefisien Jalur dan Struktur Pengaruh Kualitas Layanan (X_1), dan Citra (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1)



Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

b. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta

Untuk menguji hipotesis dapat dilihat dengan memperhatikan t hitung. Apakah signifikan apabila t hitung > t Tabel. Diketahui nilai t Tabel pada taraf signifikn 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 T \text{ Tabel} &= \alpha/2 ; n-k-1 \\
 &= 0,05/2 ; 135 - 4 - 1 \\
 &= 0,025 ; 130 \\
 &= 1.978
 \end{aligned}$$

Tabel 3
Nilai Koefisien Jalur Kualitas Layanan, Citra, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	,015	,223	
Kualitas Layanan	,339	,066	,359
Citra	,685	,111	,525
Kepuasan Pelanggan	,023	,076	,024

Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Adapun besar koefisien determinasi disajikan pada Tabel 3 senilai 0,702. Epsilon adalah $1 - R^2 = 1 - 0,702 = 0,298$

Tabel 4
Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 ^a	,752	,749	,31304

Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

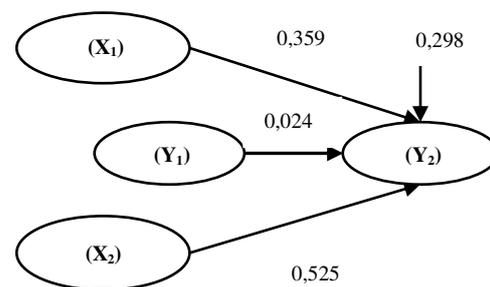
Hasil pengujian memperlihatkan nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan (X_1) adalah $5,169 > t$ Tabel dengan tingkat signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari α (0,05), dan Nilai t hitung untuk variabel citra (X_2) adalah 6,162 dengan tingkat signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari α (0,05), dengan demikian secara signifikan kualitas layanan dan citra mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan memperlihatkan nilai tidak signifikansi (0,766) yang lebih besar dari α (0,05), dengan demikian secara tidak signifikan kepuasan pelanggan

mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sehingga, koefisien jalur yang kedua dapat dibuat dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = \rho + \rho_{y_2x_1} + \rho_{y_2x_2} + \rho_{y_2y_1} + e_2$$

$$\text{Loyalitas pelanggan} = 0,015 + 0,359 \text{ KL} + 0,525 \text{ C} + 0,024 \text{ KP} + 0,298$$

Gambar 6
Koefisien Jalur dan Struktur Pengaruh Kualitas Layanan (X_1), Citra (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2)



Sumber: Data olahan hasil penelitian (2015).

Setelah penulis melakukan pengujian ulang terhadap variabel kualitas layanan, citra dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, hipotesis dapat dilihat dengan memperhatikan t hitung. Karena variabel kepuasan pelanggan tidak signifikan dan tidak memenuhi syarat dari analisis jalur maka digunakan metode *trimming* untuk memanipulasi model, dengan tidak mengikut sertakan variabel yang tidak signifikan. Model *trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. (Heise, 1969; Al-Rasyid dan Sitepu, 1994; Kusnendi, 2005).

Tabel 5
Nilai Koefisien Jalur Kualitas Layanan dan Citra terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	,004	,219	
Kualitas Layanan	,344	,064	,363
Citra	,705	,088	,540

Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Adapun besar koefisien determinasi disajikan pada Tabel 5 senilai 0,702. Epsilon adalah $1 - R^2 = 1 - 0,702 = 0,298$

Tabel 6
Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,702	,697	,41756

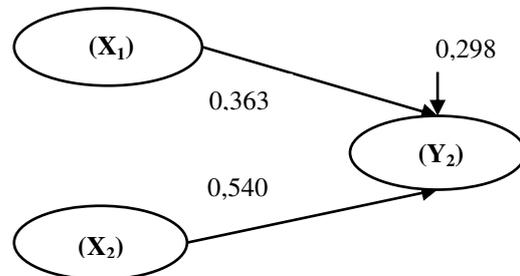
Sumber: Data olahan SPSS 21.0 (2015).

Hasil pengujian memperlihatkan nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari α (0,05), dengan demikian secara signifikan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan citra secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga, koefisien jalur yang pertama dapat dibuat dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = \rho + \rho_{y_2x_1} + \rho_{y_2x_2} + e_2$$

Kepuasan pelanggan = 0,004 + 0,363 KP + 0,540 C + 0,298

Gambar 7
Koefisien Jalur dan Struktur Pengaruh Kualitas Layanan (X₁), dan Citra (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₂)



Sumber: Data olahan hasil penelitian (2015).

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta

Berdasarkan data yang telah di olah oleh peneliti, maka dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan tidak langsung, kualitas layanan, citra, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di karenakan tidak signifikannya variabel kepuasan pelanggan (Y₁) terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).

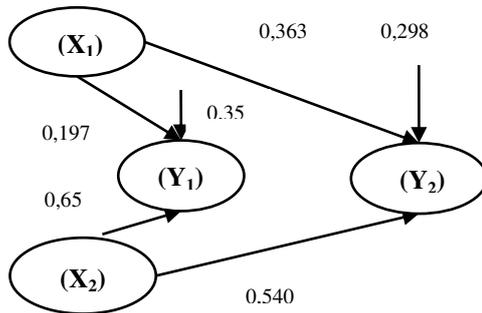
Tabel 7
Ringkasan Estimasi Paramater Model

Variabel	Hubungan		Total
	Langsung	Tidak Langsung	
X ₁ → Y ₁	0,197		0,197
X ₂ → Y ₁	0,650		0,650
Y ₁ → Y ₂			0,024
X ₁ → Y ₂	0,363		0,363
X ₂ → Y ₂	0,540		0,540

Sumber: Data olahan hasil penelitian (2015).

Dengan demikian, dapat disusun srstruktur lengkap analisis jalur yang baru sebagai berikut:

Gambar 8
Struktur Lengkap Analisis Jalur



Sumber: Data olahan hasil penelitian (2015).

Persamaan struktural untuk model diatas:

1. $Y_1 = \rho + \rho x_1y_1 + \rho x_2y_1 + e_1$
 $Y_1 = -0,477 + 0,197 KL + 0,650 C + 0,357e_1$
2. $Y_2 = \rho + \rho x_1y_2 + \rho x_2y_2 + \rho y_1y_2 + e_2$
 $Y_2 = 0,015 + 0,359 KL + 0,525 C + 0,024 KP + 0,298 e_2$
3. $Y_2 = \rho + \rho x_1y_2 + \rho x_2y_2 + e_2$
 $Y_2 = 0,004 + 0,363 KL + 0,540 C + 0,298 e_2$

Dari dua persamaan struktural tersebut dapat dilihat bagaimana besarnya nilai masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel lainnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *terdapat pengaruh signifikan* kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta dengan koefisien jalur sebesar 0,197.

Adapun implikasi dari penelitian ini bagi perusahaan adalah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sesuai dengan yang diterapkan oleh pihak manajemen, maka hal yang perlu dilakukan oleh perus-

ahaan adalah memberikan kualitas layanan atau kinerja produk yang baik, dan mampu memenuhi harapan atau keinginan serta kebutuhan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu kualitas layanan juga sebagai dasar dari peningkatan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mampu berkembang, dan bersaing dalam jangka panjang.

2. Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *terdapat pengaruh signifikan* citra terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta dengan koefisien jalur sebesar 0,650.

Citra yang baik akan tercipta apabila perusahaan mampu menjaga impresi, perasaan dan konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan agar selalu positif, karena citra akan menjadi salah satu referensi dalam pertimbangan pelanggan untuk memenuhi keinginannya sehingga ia mendapatkan kepuasan.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *tidak terdapat pengaruh signifikan* kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta dengan koefisien jalur sebesar 0,024.

Adapun implikasi dari penelitian bagi perusahaan adalah dapat memberikan informasi bahwa hasil program pelaksanaan kepuasan pelanggan belum tentu mempunyai dampak yang selalu positif atau baik bagi loyalitas yang dimiliki oleh

pelanggan. Atau dengan kata lain, tidak setiap saat adanya suatu peningkatan terhadap kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *terdapat pengaruh signifikan* kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta dengan koefisien jalur sebesar 0,540.

Adapun implikasi dari penelitian ini bagi perusahaan adalah mampu menyadari bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, maka hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah memfokuskan perhatian pada tingkat kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, agar perusahaan mampu bersaing dengan maskapai lain.

5. Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui *terdapat pengaruh signifikan* citra terhadap loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air Rute Kota Pekanbaru-Jakarta dengan koefisien jalur sebesar 0,363.

Adapun implikasi dari penelitian ini bagi perusahaan adalah menyadari bahwa citra positif akan tercipta apabila perusahaan mampu memenuhi apa yang diisyaratkan oleh pasar, sehingga jika pelanggan merasakan citra yang positif terhadap perusahaan, maka ia mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan di dalam dirinya.

6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Besarnya nilai jalur hubungan antar variabel dalam penelitian ini, mempunyai hubungan langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan tidak mempunyai hubungan tidak langsungnya. Ini berarti kualitas layanan hanya mempengaruhi secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan dibantu oleh kepuasan pelanggan.

7. Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung citra terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Ini berarti citra hanya mempengaruhi secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan dibantu oleh kepuasan pelanggan.

Adapun implikasi dari penelitian ini bagi perusahaan adalah agar perusahaan mengetahui hubungan citra terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan secara lebih mendalam, sehingga dapat menyadari dan dapat menumbuhkan citra yang baik bagi perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut: Kualitas Layanan, Citra, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

1. Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh, bahwa kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta adalah cukup baik, sehingga masih perlu ditingkatkan agar layanan yang diterima, sesuai dengan harapan pelanggan, terutama dalam memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan, misalnya dengan menambah layanan khusus untuk menerima keluhan kesah pelanggan selama penerbangan, sehingga pelanggan akan merasa sangat di hargai.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh, bahwa citra yang dimiliki maskapai penerbangan Batik Air menurut pelanggan adalah baik, dan tidak dipengaruhi oleh citra negatif yang dimiliki oleh Lion Air sebagai satu perusahaan, terutama dengan insiden kecelakaan yang telah sering dialami Lion Air. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa kegiatan promosi Batik Air telah berhasil menarik perhatian pelanggannya, oleh karena itu Batik Air harus mampu menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggannya, sebab komunikasi merupakan salah satu kunci dari promosi.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh bahwa pelanggan puas

pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa responden terlihat lebih puas dengan tarif Batik Air yang ditawarkan, sehingga Batik Air diharapkan mampu mempertahankan harga yang ditawarkan kepada pelanggan, dan bukan hanya sekedar harga promosi.

4. Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap loyalitas pelanggan, diperoleh bahwa pelanggan loyal pada maskapai penerbangan Batik Air rute Kota Pekanbaru-Jakarta. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa responden lebih suka untuk mengatakan hal positif pada orang lain tentang Batik Air, sehingga dalam hal ini Batik Air lebih diuntungkan, karena dapat menghemat biaya pemasaran.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Pihak manajemen harus dapat mengembangkan kemampuan interpersonal dan bekerjasama dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan pengembangan kecakapan karyawan interpersonal dalam bekerjasama, dan melakukannya dengan rutin sebulan sekali demi meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan sepenuhnya.
2. Pihak manajemen harus dapat mempertahankan dan meningkatkan citra dari perusahaannya, khususnya Batik Air dengan lebih memperhatikan pemeliharaan pesawat, serta tidak terlalu

- melakukan efisiensi di bidang perawatan, terutama pada bagian pesawat yang terpenting, seperti bagian mesin, demi faktor keamanan, sehingga pelanggan tidak menyamakan citra Batik Air dengan citra negatif yang di miliki oleh Lion Air sebagai satu perusahaan, dengan insiden kecelakaan yang telah sering dialami Lion Air.
3. Pihak manajemen harus lebih memastikan layanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan bidang yang dimiliki masing-masing karyawan, agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang didapat sesuai perintah atasan, sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.
 4. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat meneliti pada faktor-faktor penyebab pentingnya kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan, seperti, harga, rute, serta makanan yang disediakan di dalam maskapai penerbangan, sehingga diperoleh pengetahuan yang lebih baik lagi dalam melihat penyebab peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Batik Air.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Budiyanto, dan Ridwan. 2011. "*Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Store Image dan Ekspektasi Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*". Surabaya: STIESIA.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Rinanda, Novita. 2015. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan*". Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Semuel, Hatane dan Wijaya, Elianto. 2008. "*Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan*". Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Sinaga, Partua Pramona Hamonangan. 2010. "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan*". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Supranto, Johan. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Utari, Woro. 2010. "*Model Kepuasan Pelanggan sebagai Moderating Variabel Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Penerbangan*". Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Putra.