

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN (PENUMPANG DOMESTIK)
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. ANGKASA PURA II
(PERSERO) CABANG BANDARA SULTAN SYARIF KASIM II
PEKANBARU**

Marzolina, dan Sri Restuti

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru yang beralamat di Jalan Perhubungan Udara Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kotamadya Pekanbaru dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan (penumpang domestik) terhadap kualitas pelayanan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara SSK II Pekanbaru. Penentuan sampel dengan menggunakan teknik Proportionate Random Sampling diperoleh sebanyak 100 (seratus) responden yang melakukan perjalanan domestik.

Dari hasil analisis diperoleh variabel Keandalan (Reliability), Daya Tanggap, Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty), Bukti Langsung (Tangibles) memberikan kontribusi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Dari Diagram Kartesius dapat dilihat atribut-atribut atau faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan. Saran pada kuadran B dan C dimana yang mendapatkan prosentase tertinggi . Pada kuadran B menyatakan faktor kepuasan yang sangat penting bagi pelanggan, namun sudah dilakukan dengan baik oleh perusahaan sehingga wajib dipertahankan. Sedangkan pada kuadran C merupakan faktor kepuasan yang dianggap kurang penting bagi pelanggan, namun sudah dilakukan dengan baik oleh perusahaan. Sedangkan pada kuadran A juga harus diperhatikan, karena merupakan prioritas utama yang harus dilaksanakan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era perekonomian global seperti sekarang ini dimana kemajuan teknologi yang begitu cepat, membawa dampak timbulnya persaingan usaha yang ketat hampir disemua lini. Lingkungan yang sangat kompetitif ini juga menuntut bandar udara untuk menyesuaikan dengan permintaan pasar dalam upaya pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan.

Bandara SSK II Pekanbaru merupakan salah satu cabang dari perusahaan BUMN pengelola kebandarudaraan, yaitu PT. Angkasa Pura II (Persero) yang berpusat di Tangerang, Banten. Sampai saat ini PT. Angkasa Pura II (Persero) telah mengelola 12 (dua belas) bandara di wilayah Indonesia bagian barat.

Pada perkembangannya, bandara tidak hanya digunakan sebagai tempat melandas dan lepas landas pesawat udara, naik turun penumpang dan atau bongkar muat kargo (barang) dan atau pos, atau sebagai tempat perpindahan antar moda transportasi saja, tetapi kedepan sudah berkembang di negara-negara maju di dunia mengembangkan bandara menjadi suatu kota pusat kegiatan ekonomi dan aktifitas manusia (*airport city*), seperti tersedianya pusat perbelanjaan, tempat rekreasi, pusat olahraga dan lain-lain.

Dengan peluang yang sangat terbuka luas kedepan dan sesuai dengan misi PT. Angkasa Pura II (Persero) yaitu Menyelenggarakan Usaha Jasa Kebandar Udara dan Pelayanan Lalu Lintas Udara yang Mengutamakan Keselamatan Penerbangan dan Kepuasan Pelanggan.

Pada masa enam tahun (2003-2007) terjadi peningkatan penumpang domestik namun demikian bukan berarti pelayanan terhadap penumpang domestik sangat memuaskan, karena masih ada beberapa penumpang yang mengeluh terhadap pelayanan petugas pengamanan (*security*), kapasitas ruang tunggu, standar toilet, dan lain sebagainya.

Pencapaian pendapatan Bandara SSK II Pekanbaru dalam enam tahun terakhir belum diimbangi dengan sarana infrastruktur bandara yang disediakan. Seperti kapasitas ruang tunggu yang sudah tidak memenuhi standar pada saat jam sibuk (*peack season*), kapasitas ruang kedatangan atau ruang tunggu bagasi, kurangnya jumlah troli (alat angkut) barang sampai pada fasilitas lahan parkir yang memerlukan perluasan. Akibat dari itu terjadi penumpukan penumpang, barang dan kendaraan, yang membuat suasana terlihat kurang nyaman.

Handi Irawan (2007 : 37-39) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan studi literatur terdapat lima *driver* utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *emotional factor* dan kemudahan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan Bandara SSK II Pekanbaru dengan judul : **Analisis Kepuasan Pelanggan (Penumpang Domestik) Terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.**

Perumusan Masalah

"Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan (penumpang domestik) terhadap kualitas pelayanan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru".

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan (penumpang domestik) terhadap kualitas pelayanan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara SSK II Pekanbaru.

TINJAUAN TEORITIS

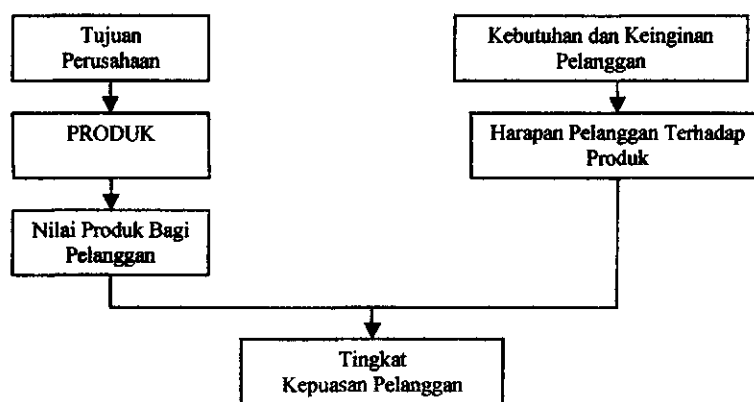
Kepuasan Pelanggan

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Setidaknya ada lima kelompok pelanggan yang menurut Agung (2001 : 27), patut untuk dicermati dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan, yaitu, *pertama*, pelanggan yang sangat tidak puas, *kedua*, pelanggan yang tidak puas, *ketiga*, pelanggan yang netral, *keempat*, pelanggan yang puas, dan *kelima*, pelanggan yang sangat puas. Dan kelima pelanggan ini, pelanggan yang sangat tidak puas harus kita prioritaskan, karena pelanggan ini akan berpotensi mempengaruhi pelanggan yang lain untuk ikut memboikot jasa pelayanan atau produk yang diberikan.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsep kepuasan pelanggan ini dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar : 1. Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Fandy Tjiptono (2006).

Dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman, et al., 1985 dalam Tjiptono, 1997):

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan umumnya konsumen menggunakan aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli (Tjiptono 2002 : 24-26 dan Triton 2008 : 58-63).

Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Berdasarkan studi literatur ada lima *driver* utama kepuasan pelanggan yaitu **kualitas produk, harga, *service quality*, *Emotional Factor* dan kemudahan** (Handi Irawan 2007 : 37-39).

Pengertian dan Karakteristik Pelayanan

Soeling (1997 : 17) mengatakan bahwa, pelayanan memerlukan suatu sikap positif dihadapan konsumen atau pelanggan. Senyum, tutur kata, gerak gerik, cara berpakaian dan kecekatan dalam pelayanan akan memberikan nilai tambah bagi kepuasan pelanggan.

Macaulay dan Cook (1997 : 12-13) mengatakan pelayanan merupakan citra perusahaan yang terdiri atas tiga komponen a) Kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, b) cara karyawan memberikan layanan, c) hubungan pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut.

Strategi memperhatikan pelanggan (memberikan kepuasan) membangun strategi konsekuensi dengan cara memaksa organisasi pemerintahan (BUMN) untuk bertanggung jawab bukan hanya kepada atasan (rantai komando), tetapi juga kepada pelanggannya.

Hipotesis

Diduga kepuasan pelanggan (penumpang domestik) di Bandara SSK II Pekanbaru dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan.

Variabel Penelitian

1. **Kepuasan Pelanggan**
2. **Kualitas pelayanan** yang meliputi : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Tangibles.*

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara SSK II Pekanbaru yang bertempat di Jl. Perhubungan Udara Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru.

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai penerbangan domestik baik yang berangkat dari dan datang ke Bandara SSK II Pekanbaru tahun 2008 (1.738.085 orang). Jumlah sampel yang diteliti diambil dengan menggunakan Rumus Slovin (Umar, 2004) diperoleh : 100 orang dengan metode *proportionate random sampling*

Tabel : 1 Perincian Jumlah Sampel dari Masing-masing Maskapai Penerbangan Anggota/unsur Populasi.

NO	MASKAPAI PENERBANGAN	JUMLAH PENERBANGAN	JUMLAH SAMPEL
1	GARUDA INDONESIA	6	12
2	LION AIR	8	20
3	MANDALA AIRLINE	8	20
4	SRIWIJAYA AIR	4	8
5	BATAVIA AIR	6	16
6	RIAU AIRLINE	8	20
7	PELITA AIR SERVICE	2	4
TOTAL		42	100

Sumber : Data olahan

Definisi Operasional Variabel

Selanjutnya dimensi-dimensi kepuasan pelanggan dapat diuraikan kedalam atribut-atribut sebagai berikut:

Tabel : 2. Atribut-atribut Kualitas Pelayanan.

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1.	Peralatan mutakhir/baru	<i>Tangibles</i>
2.	Fasilitas fisik yang berdaya tarik.	<i>Tangibles</i>
3.	Karyawan yang berpenampilan rapi.	<i>Tangibles</i>
4.	Fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan.	<i>Tangibles</i>
5.	Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti akan merealisasikan.	<i>Reliability</i>
6.	Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.	<i>Reliability</i>
7.	Jasa disampaikan secara benar semenjak pertama kali.	<i>Reliability</i>
8.	Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	<i>Reliability</i>
9.	Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.	<i>Reliability</i>
10.	Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan.	<i>Responsiveness</i>
11.	Layanan yang segera atau cepat dari karyawan perusahaan.	<i>Responsiveness</i>
12.	Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan.	<i>Responsiveness</i>
13.	Karyawan yang tidak terlampaui sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.	<i>Responsiveness</i>
14.	Karyawan yang terpercaya.	<i>Assurance</i>
15.	Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa.	<i>Assurance</i>
16.	Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap para pelanggan.	<i>Assurance</i>
17.	Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.	<i>Assurance</i>
18.	Perhatian individual dari perusahaan.	<i>Emphaty</i>
19.	Waktu beroperasi yang cocok/nyaman bagi para pelanggan.	<i>Emphaty</i>
20.	Karyawan yang memberikan perhatian personal.	<i>Emphaty</i>
21.	Perusahaan yang sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan.	<i>Emphaty</i>
22.	Karyawan yang memahami kebutuhan spesifik para pelanggan.	<i>Emphaty</i>

Sumber : Zeithaml, et al., 1990 dalam Tjiptono (2000 : 58)

Dari dua puluh dua atribut masing-masing dimensi kualitas pelayanan yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian seperti dikemukakan oleh Zeithaml, et al., 1990 dalam Tjiptono (2000 : 58), penulis hanya akan menggunakan sembilan belas atribut sesuai dengan kebutuhan penelitian kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari 64 orang laki-laki (64%) dan 36 orang perempuan (36%) dengan usia 15 sampai 60 tahun dengan tingkat pendidikan SMP sampai dengan Universitas/Akademi, dengan pekerjaan, PNS

dan swasta. Untuk mengukur kepuasan pelanggan/penumpang domestik digunakan skala Likert dengan menggunakan 5 (lima) skala, dan untuk tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *Importance-performance analysis*.

1. Keandalan (*Reliability*)

Tabel : 3. Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Variabel Keandalan (*Reliability*).

No	Pertanyaan	Total Skor pada Tingkat	
		Kepentingan	Kinerja
1	Setiap pelanggan ada masalah di Bandara, karyawan sungguh-sungguh berusaha membantu memecahkannya	391	348
2	Layanan di Bandara diberikan secara tepat sejak awal mereka datang.	391	358
3	layanan di Bandara disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	393	321
		1175	1027

Sumber : Data olahan

Dari Tabel diatas diperoleh tingkat kepuasan untuk variabel Keandalan (*Reliability*) adalah: $1027 / 1175 \times 100 \% = 87.40 \%$. Berarti pelanggan (penumpang domestik) sangat puas terhadap kualitas pelayanan variabel Keandalan (*Reliability*) di Bandara SSK II Pekanbaru.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Tabel : 4. Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*).

No	Pertanyaan	Total Skor pada Tingkat	
		Kepentingan	Kinerja
4	Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada pelanggan.	420	351
5	Pelanggan dilayani dengan segera/cepat oleh karyawan bandara.	406	355
6	Karyawan Bandara selalu bersedia membantu pelanggan.	412	360
7	Karyawan Bandara tidak terlalu sibuk, sehingga merespon dengan cepat permintaan pelanggan.	366	333
		1604	1399

Sumber : Data olahan

Hasil tingkat kepuasan untuk variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah: $1399 / 1604 \times 100 \% = 87.22 \%$. Berarti pelanggan (penumpang domestik) sangat puas terhadap kualitas pelayanan Daya Tanggap (*Responsiveness*) di Bandara SSK II Pekanbaru.

3. Jaminan (*Assurance*)

Tabel : 4. Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Variabel Jaminan (*Assurance*).

No	Pertanyaan	Total Skor pada Tingkat	
		Kepentingan	Kinerja
8	Karyawan Bandara dapat dipercaya.	427	387
9	Pelanggan merasa aman bertransaksi di Bandara.	402	366
10	Karyawan Bandara selalu bersikap sopan terhadap pelanggan.	423	384
11	Karyawan Bandara berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.	412	363
		1664	1500

Sumber : Data olahan

Hasil tingkat kepuasan untuk variabel Jaminan (*Assurance*) adalah: $1500 / 1664 \times 100 \% = 90.01 \%$. Berarti pelanggan (penumpang domestik) sangat puas terhadap kualitas pelayanan Jaminan (*Assurance*) di Bandara SSK II Pekanbaru.

4. Empati (*Emphaty*)

Tabel : 5. Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Variabel Empati (*Emphaty*).

No	Pertanyaan	Total Skor pada Tingkat	
		Kepentingan	Kinerja
12	Jam operasi Bandara cocok/nyaman bagi pelanggan.	383	336
13	Karyawan Bandara memberikan perhatian personal kepada pelanggan.	364	336
14	Manajemen/karyawan Bandara mengutamakan kepentingan pelanggan.	373	353
15	Karyawan Bandara memahami kebutuhan spesifik pelanggan.	335	328
		1455	1353

Sumber : Data olahan

Dari Tabel diatas dapat dilihat tingkat kepuasan untuk variabel Empati (*Emphaty*) adalah: $1353 / 1455 \times 100 \% = 92.99 \%$. Berarti pelanggan (penumpang domestik) sangat puas terhadap kualitas pelayanan Empati (*Emphaty*) di Bandara SSK II Pekanbaru.

5. Bukti langsung (*Tangibles*)

Tabel : 6. Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Variabel Bukti Langsung (*Tangibles*).

No	Pertanyaan	Total Skor pada Tingkat	
		Kepentingan	Kinerja
16	Peralatan di Bandara selalu mutakhir/baru.	400	323
17	Fasilitas fisik (gedung terminal, ruang tunggu, counter check-in, toilet dll) di Bandara selalu bersih dan menarik dilihat.	429	340
18	Karyawan di Bandara selalu berpenampilan bersih dan rapi.	421	387
19	Pernyataan/petunjuk layanan di Bandara menarik dilihat.	382	330
		1632	1380

Sumber : Data olahan

Hasil tingkat kepuasan untuk variabel Bukti Langsung (*Tangibles*) adalah: $1380 / 1632 \times 100 \% = 84.56 \%$.

Berarti pelanggan (penumpang domestik) sudah merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan Bukti Langsung (*Tangibles*) di Bandara SSK II Pekanbaru.

Tabel : 7. Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Kepentingan dan Penilaian Kinerja Pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelanggan.

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	X	Y
	Keandalan (<i>Reliability</i>)				
1	Setiap pelanggan ada masalah di Bandara, karyawan sungguh-sungguh berusaha membantu memecahkannya	348	391	3.48	3.91
2	Layanan di Bandara diberikan secara tepat sejak awal mereka datang.	358	391	3.58	3.91
3	layanan di Bandara disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	321	393	3.21	3.93
	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
4	Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada pelanggan.	351	420	3.51	4.20

5	Pelanggan dilayani dengan segera/cepat oleh karyawan bandara.	355	406	3.55	4.06
6	Karyawan Bandara selalu bersedia membantu pelanggan.	360	412	3.60	4.12
7	Karyawan Bandara tidak terlalu sibuk, sehingga merespon dengan cepat permintaan pelanggan.	333	366	3.33	3.66
	Jaminan (<i>Assurance</i>)				
8	Karyawan Bandara dapat dipercaya.	387	427	3.87	4.27
9	Pelanggan merasa aman bertransaksi di Bandara.	366	402	3.66	4.02
10	Karyawan Bandara selalu bersikap sopan terhadap pelanggan.	384	423	3.84	4.23
11	Karyawan Bandara berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.	363	412	3.63	4.12
	Empati (<i>Emphaty</i>)				
12	Jam operasi Bandara cocok/nyaman bagi pelanggan.	336	383	3.36	3.83
13	Karyawan Bandara memberikan perhatian personal kepada pelanggan.	336	364	3.36	3.64
14	Manajemen/karyawan Bandara mengutamakan kepentingan pelanggan.	353	373	3.53	3.73
15	Karyawan Bandara memahami kebutuhan spesifik pelanggan.	328	335	3.28	3.35
	Bukti langsung (<i>Tangibles</i>)				
16	Peralatan di Bandara selalu mutakhir/baru.	323	400	3.23	4.00
17	Fasilitas fisik (gedung terminal, ruang tunggu, counter check-in, toilet dll) di Bandara selalu bersih dan menarik dilihat.	340	429	3.40	4.29
18	Karyawan di Bandara selalu berpenampilan bersih dan rapi.	387	421	3.87	4.21
19	Pernyataan/petunjuk layanan di Bandara menarik dilihat.	330	382	3.30	3.82
	TOTAL			66.59	75.29
	Rata-rata (X dan Y)			3.51	3.96

Sumber : Data olahan

Dari Tabel diatas dapat dilihat keberadaan setiap atribut-atribut didalam diagram *importance-performance analysis*, maka setelah diperoleh nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut dimasukkan kedalam diagram Kartesius yang telah dibagi menjadi 4 (empat) kuadran, yaitu: Kuadran A (Prioritas Utama), Kuadran B (Pertahankan Prestasi), Kuadran C (Prioritas Rendah) dan Kuadran D (Berlebihan)

Diagram kartesius dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (penumpang domestik) atas kualitas pelayanan di Bandara SSK II adalah sebagai berikut:

Gambar 2 : Diagram Kartesius (*Importance-Performance Analysis*).

$Y = 3.96$	Prioritas Utama (A) Atribut nomor : 4,16, 17	Pertahankan Prestasi (B) Atribut nomor : 5, 6, 8, 9, 10, 11, 18
	Prioritas Rendah (C) Atribut nomor : 1, 3, 7, 12, 13, 15, 19	Berlebihan (D) Atribut nomor : 2, 14
	$X = 3.51$	

1. Pada Kuadran A

Faktor-faktor atau atribut-atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan/harapan pelanggan. Menjadi prioritas utama dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada pelanggan. (titik nomor 4, dimensi daya tanggap)
- b. Peralatan di Bandara selalu mutakhir/baru. (titik nomor 16, dimensi bukti langsung)
- c. Fasilitas fisik (gedung terminal, ruang tunggu, counter check-in, toilet dll) di Bandara selalu bersih dan menarik dilihat. (titik nomor 17, dimensi bukti langsung)

2. Pada Kuadran B

Faktor-faktor atau atribut-atribut yang menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Yang dianggap sangat penting dan sangat memuaskan adalah sebagai berikut:

- a. Pelanggan dilayani dengan segera/cepat oleh karyawan bandara. (titik nomor 5, dimensi daya tanggap)
- b. Karyawan Bandara selalu bersedia membantu pelanggan. (titik nomor 6, dimensi daya tanggap)
- c. Karyawan Bandara dapat dipercaya. (titik nomor 8, dimensi jaminan)

- d. Pelanggan merasa aman bertransaksi di Bandara. (titik nomor 9, dimensi jaminan)
- e. Karyawan Bandara selalu bersikap sopan terhadap pelanggan. (titik nomor 10, dimensi jaminan)
- f. Karyawan Bandara berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan. (titik nomor 11, dimensi jaminan)
- g. Karyawan di Bandara selalu berpenampilan bersih dan rapi. (titik nomor 18, dimensi bukti langsung)

3. Pada Kuadran C

Faktor-faktor atau atribut-atribut yang menunjukkan kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, sehingga dianggap kurang penting dan kurang memuaskan tetapi pelayanan diberikan dengan cukup baik adalah sebagai berikut:

- a. Setiap pelanggan ada masalah di Bandara, karyawan sungguh-sungguh berusaha membantu memecahkannya. (titik nomor 1, dimensi keandalan)
- b. Layanan di Bandara disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. (titik nomor 3, dimensi keandalan)
- c. Karyawan Bandara tidak terlalu sibuk, sehingga merespon dengan cepat permintaan pelanggan. (titik nomor 7, dimensi daya tanggap)
- d. Jam operasi Bandara cocok/nyaman bagi pelanggan. (titik nomor 12, dimensi empati)
- e. Karyawan Bandara memberikan perhatian personal kepada pelanggan. (titik nomor 13, dimensi empati)
- f. Karyawan Bandara memahami kebutuhan spesifik pelanggan. (titik nomor 15, dimensi empati)
- g. Pernyataan/petunjuk layanan di Bandara menarik dilihat. (titik nomor 19, dimensi bukti langsung)

4. Pada Kuadran D

Faktor-faktor atau atribut-atribut yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Layanan di Bandara diberikan secara tepat sejak awal mereka datang. (titik nomor 2, dimensi keandalan)
- b. Manajemen/karyawan Bandara mengutamakan kepentingan pelanggan. (titik nomor 14, dimensi empati)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelanggan (penumpang domestik) sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada Bandara SSK II Pekanbaru, dapat dilihat dari lima dimensi sebagai berikut:
 - a. tingkat kepuasan untuk variabel Keandalan (Reliability) adalah delapan puluh tujuh koma empat puluh persen.
 - b. tingkat kepuasan untuk variabel Daya Tanggap (Responsiveness) adalah delapan puluh tujuh koma dua puluh dua persen.
 - c. tingkat kepuasan untuk variabel Jaminan (Assurance) adalah sembilan puluh koma nol satu persen.
 - d. tingkat kepuasan untuk variabel Empati (Emphaty) adalah sembilan puluh dua koma sembilan puluh sembilan persen.
 - e. tingkat kepuasan untuk variabel Bukti Langsung (Tangibles) adalah delapan puluh empat koma lima puluh enam persen.

2. Dilihat dari 4 (empat) kuadran diagram kartesius menunjukkan prosentase sebagai berikut:
 - a. kuadran A (Prioritas Utama) mendapatkan prosentase untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru sebesar lima belas koma tujuh puluh sembilan persen.
 - b. kuadran B (Pertahankan Prestasi) mendapatkan prosentase untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru sebesar tiga puluh enam koma delapan puluh empat persen.
 - c. kuadran C (Prioritas Rendah) mendapatkan prosentase untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru sebesar tiga puluh enam koma delapan puluh empat persen.
 - d. kuadran D (Berlebihan) mendapatkan prosentase untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bandara SSK II Pekanbaru sebesar sepuluh koma lima puluh tiga persen.

Faktor-faktor kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan terutama pada kuadran B dan C yang memiliki prosentase sama tertinggi yaitu 36,84 %. Pada kuadran B menyatakan faktor kepuasan yang sangat penting bagi pelanggan, namun sudah dilakukan dengan baik oleh perusahaan sehingga wajib dipertahankan. Sedangkan pada kuadran C merupakan faktor kepuasan yang dianggap kurang penting bagi pelanggan, namun sudah dilakukan dengan cukup baik oleh perusahaan sehingga terkesan biasa-biasa saja.

Saran

1. Perusahaan harus lebih memprioritaskan peningkatan pelayanan terutama pada pemenuhan peralatan yang mutakhir, fasilitas fisik di Bandara harus selalu bersih dan menarik dilihat, serta kepastian waktu penyampaian jasa harus diinformasikan dengan jelas kepada pelanggan
2. Perusahaan hendaknya menggunakan prinsip pelayanan prima, yaitu pelayanan yang fokus pada pelanggan, pelayanan nurani, perbaikan berkelanjutan dan pemberdayaan pelanggan. Karena keinginan ataupun

harapan pelanggan adalah ingin dilayani dengan cepat, tepat, akurat, mudah/murah, dan ramah; pelanggan juga ingin dilayani dengan sungguh-sungguh, penuh hormat dan adil; serta pelanggan ingin setiap permintaan atau keluhannya didengarkan dan ditindaklanjuti sesegera mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- A. M. Lilik Agung**, 2001. Lima Kelompok Pelanggan Yang Patut Dicermati, Majalah Manajemen, Edisi Mei. PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Andrias Harefa**, 2001. Servant First Attitude, Majalah Manajemen, Edisi Mei. PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Buchari Alma**, 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, PT. ALFABETA, Bandung.
- Erdawati**, 2009. Skripsi Penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan atas Pelayanan Resep Tunai di PT Kimia Farma, Tbk Apotek 93 Cabang Pekanbaru.
- Fandy Tjiptono**, 2000. Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer, Cetakan Pertama. ANDY, Yogyakarta.
- _____, 2002. Strategi Pemasaran, Edisi II. ANDY, Yogyakarta.
- _____, 2005. Prinsip-prinsip Total Quality Services (TQS), Ed. V. ANDY, Yogyakarta.
- _____, 2006. Manajemen Jasa. Ed. IV. ANDY, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti**, 2006. Measuring Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP, Cetakan Ketiga : Januari 2006. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Handi Irawan D., MBA. Mcom**, 2007. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, cetakan kesembilan, PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Helmi**, 2007. Skripsi Penelitian Analisis Kinerja Tenaga Keamanan Pada Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.
- Husein Umar**, 2004. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Cetakan ke-6. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- <http://www.pdfqueen.com/pdf/ke/kepmenpan-no-63-tahun-20003/>
- <http://www.toodoc.co/menpan-word.html.birokrasi-layanan-publik.doc>
- J. Supranto, M.A.**, 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : 63/KM.07/2003**, tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Menteri Perhubungan Nomor : KM 44 tahun 2002**, tentang Tata Kelola Kebandarudaraan Nasional.
- Macaulay, Steve, Sarah Cook**, 1997. How To Improve Your Customer service, Kiat Meningkatkan Pelayanan Bagi Pelanggan, terjemahan Yohua I. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Nusirwan Mursik**, 2006. Skripsi Penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Jasa Inspeksi Teknik PT SUCOFINDO (Persero) Cabang Pekanbaru.
- Osborn da Gaebler T.**, 2000. Mewiraushakan Birokrasi : Reinsventing Government, Mentransformasikan Semangat Wirausaha Ke Dalam Sektor Publik, Seri Umum No.17 Cetakan ke-6, PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Philip Kotler**, 2004. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, PT. INSEKS, Jakarta.
- Prof. DR. Sugiyono**, 2006. Metode Penelitian Bisnis, cetakan kesembilan, CV. Alfabeta, Bandung.
- Soeling, Patinus D.**, 1997. Pemberdayaan SDM untuk Peningkatan Pelayanan, Jurnal Bisnis & Birokrasi, No.2 Vol. III, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Supranto**, 1997. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan termasuk Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja, Majalah Usahawan, No. 05 Th.XXVI, Jakarta.
- Tim Penyusun**, 1999. Sekilas Bandar Udara Simpangtiga. PT (Persero) Angkasa Pura II, Pekanbaru.
- Triton P.B.**, 2008. Marketing Strategic. Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Daya Saing, Cetakan I. Tugu Publisher, Yogyakarta.
- Vincent Gasper**, 1997. Manajemen Kualitas : Penerapan Konsep-konsep dalam Manajemen Bisnis Total, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Zeithaml, Valarie A. A. Parasuraman, Leonard L. Berry**, 1990. Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation, The Press, New York.