

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES  
DI BANDARA NGURAH RAI DENPASAR**

**Oleh : Mira Dwi Wahyuni Ximenes<sup>1</sup>, I Nyoman Mudarya<sup>2</sup>**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines, (2) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines dan (3) untuk mengetahui korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia Airlines. Populasi penelitian adalah pelanggan yang menggunakan pelayanan pada Garuda Indonesia Airlines pada semester kedua tahun 2015 sebanyak 1500 orang. Sampel menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah responden sebesar 120 orang. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment*, analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa (1) Kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines sangat baik, (2) Pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airline smera sangat puas, dan (3) korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia Airlines, Hasil perhitungan koefisien determinasi adalah sebesar 46,24%, hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi 46,24% kepuasan pelanggan dan sisanya 53,76% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

**PENDAHULUAN**

Pentingnya pemasaran dalam suatu perusahaan khususnya perusahaan jasa penerbangan adalah merupakan kegiatan yang menjadi ujung tombak agar mendapatkan keuntungan Perusahaan dari para calon penumpang dan tetap mempertahankan konsistensi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan menciptakan suatu kepuasan pelanggan.

---

<sup>1</sup>Mira Dwi Wahyuni Ximenes adalah mahasiswa Prodi Bimbingan dan Konseling FKIP Unipas

<sup>2</sup>I Nyoman Mudarya adalah staf edukatif di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Unipas

Pentingnya kepuasan pelanggan adalah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan.

Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggannya. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yang dikutip oleh Simamora (2001:186) meliputi berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Garuda Indonesia Airlines merupakan suatu perusahaan maskapai penerbangan di Indonesia yang bergerak dibidang jasa transportasi udara domestik dan mancanegara. Selain *topbrand*, maskapai ini juga telah menerima sertifikasi *Operational Safety Audit* (IOSA), yang berarti bahwa Garuda telah seluruhnya memenuhi standar keselamatan penerbangan internasional. Garuda masuk dalam daftar maskapai bintang empat yang berarti memiliki kinerja dan pelayanan yang bagus. Menurut *Chairman Branding Indonesia* Handito Joewono, "Kualitas pelayanan merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh Garuda Indonesia di ditengah terjadinya perang harga yang dilakukan oleh maskapai lain. Maka Garuda Indonesia selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayananmu laidari *pre journey* hingga *postjourney* untuk kenyamanan penumpang. Mulai saat pemesanan tiket, *boarding, check-in*, di atas pesawat, hingga sampai tempat tujuan. Untuk menjaga kualitas pelayanan ini, sebulan sekali dilakukan evaluasi dan control sesuai dengan unit masing-masing."

Ketatnya perolehan nilai yang didapat oleh Garuda Indonesia tersebut juga membuktikan masih terdapat kekurangan dalam hal kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan masih adanya keluhan yang dilayangkan oleh pelanggan kepada pihak Garuda Indonesia.

Fokus pada pelanggan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis saat ini, tidak terkecuali bisnis layanan jasa transportasi udara. Untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan fokus pada pelanggan, perusahaan penerbangan memerlukan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pelanggan, seperti siapa pelanggan mereka, apa yang pelanggan mereka inginkan, bagaimana kebutuhan pelanggan mereka agar dapat terpenuhi, dan faktor-faktor lain yang terkait.

## **METODELOGI PENELITIAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Kualitas Pelayanan**

Berikut tabel tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

**Tabel 0.1 Variabel Kategori Kualitas Pelayanan**

No	Interval	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	1.00 – 1.80	Sangat Tidak Baik	0	0
2	1.81 – 2.61	Kurang Baik	2	1.67
3	2.62 – 3.41	Cukup Baik	3	2.5
4	3.42 – 4.21	Baik	17	14.17
5	4.22 – 5.00	Sangat Baik	98	81.67
Total			120	100

berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui dari 120 responden tanggapan terhadap kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar, dapat dikategorikan Sangat Baik, dimana dari 120 responden 98 orang berada pada interval 4.22 – 5.00.

## Kepuasan Pelanggan

Berikut tabel tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

**Tabel 0.2 Variabel Kategori Kepuasan Pelanggan**

No	Interval	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	1.00 – 1.80	Sangat Tidak Puas	0	0
2	1.81 – 2.61	Kurang Puas	2	1.67
3	2.62 – 3.41	Cukup Puas	4	3.33
4	3.42 – 4.21	Puas	9	7.5
5	4.22 – 5.00	Sangat Puas	105	87.5
Total			120	100

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui dari 120 responden tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar, tidak terdapat responden yang menjawab sangat tidak puas dan 2 responden menjawab kurang puas, 4 responden cukup puas dan 9 responden puas dan 105 responden menyatakan sangat puas atau 87,5%

### Analisis Korelasi *Product Moment*

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dilakukan tabulasi data dan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\sum X = 574.4$$

$$\sum Y = 501.3$$

$$\sum X^2 = 2752$$

$$\sum Y^2 = 2122$$

$$\sum X.Y = 2397$$

$$N = 120$$

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{120 \cdot (2397) - (574.4)(501.3)}{\sqrt{(120 \cdot 2752 - (574.4)^2)(120 \cdot 2122 - (501.3)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{288640 - 287946.72}{\sqrt{(330240 - 329935.36) \cdot (254640 - 251301.69)}}$$

$$r_{xy} = \frac{693.28}{\sqrt{(304.64) \cdot (3338.31)}}$$

$$r_{xy} = \frac{693.28}{\sqrt{1016982.75}}$$

$$r_{xy} = \frac{693.28}{1008.45}$$

$$r_{xy} = 0.68$$

Dari hasil perhitungan korelasi *product moment* diatas diperoleh hasil 0.68. dari hasil tersebut dikonsultasikan pada pedoman koefisien korelasi *product moment* yaitu Koefisien korelasi secara wajar bergerak pada interval 0.00-1.00. Adapun criteria korelasi tersebut: 0,00–0,20 adalah sangat rendah, 0.20–0.40 adalah rendah, 0.40–0.60 adalah sedang, 0.60–0.80 adalah tinggi, dan 0.80–1.00 adalah sangat tinggi. Hasil yang diperoleh adalah 0.68 maka korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tinggi.

Adapun untuk mengetahui seberapa besar factor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah melalui penghitungan koefisien determinasi. Koefisien determinasi dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} D &= r_{xy}^2 \times 100\% \\ &= (0.68)^2 \times 100\% \\ &= 0.4624 \times 100\% \\ &= 46.24\% \end{aligned}$$

Hasil penghitungan koefisien determinasi adalah sebesar 46.24%, hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi 46.24% kepuasan pelanggan dan sisanya 53.76% dipengaruhi oleh factor lain.

## Analisis Regresi

Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variasi dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi penuh (*Full Model Regression*) diperoleh dengan nilai koefisien regresi beberapa karakteristik perilaku yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

**Tabel 0.3 Rangkuman Hasil Uji-F Analisis Regresi Berganda (*Full Model Regression*) pada Garuda Indonesia Airlines**

Variable Regresi	Koefisien Regresi	R Square	Multiple R	Fratio	Ftable	Constanta	Sig.
X <sub>1</sub>	0.786						
X <sub>2</sub>	0.808						
X <sub>3</sub>	0.873	0.799	0.638	35.237	4.9646	2.435	0.000
X <sub>4</sub>	0.735						
X <sub>5</sub>	0.764						

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS menggunakan *Full Model Regression* diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 2.435 + 0.786X_1 + 0.808X_2 + 0.873X_3 + 0.735X_4 + 0.764X_5$$

Persamaan regresi di atas terdapat nilai  $\beta_0$  atau nilai konstanta sebesar 2.435. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan kargo kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar adalah sebesar 2.435.

Selain itu persamaan regresi linier berganda di atas, terdapat nilai koefisien regresi variabel bebas X adalah positif. Nilai koefisien X yang positif artinya apabila terjadi perubahan pada variabel X, akan menyebabkan perubahan secara searah pada variabel Y. Koefisien Regresi X<sub>1</sub> (bukti fisik) sebesar 0.786 yang berarti bahwa jika X<sub>1</sub> (bukti fisik) naik sebesar satu satuan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sebesar 0.786 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi X<sub>2</sub> (kehandalan) sebesar 0.806 yang berarti bahwa jika X<sub>2</sub> (kehandalan) naik sebesar satu satuan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap

kualitas pelayanan sebesar 0.806 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi  $X_3$  (daya tanggap) sebesar 0.873 yang berarti bahwa jika  $X_3$  (daya tanggap) naik sebesar satu satuan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sebesar 0.873 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi  $X_4$  (jaminan) sebesar 0.735 yang berarti bahwa jika  $X_4$  (jaminan) naik sebesar satu satuan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sebesar 0.735 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi  $X_5$  (empati) sebesar 0.764 yang berarti bahwa jika  $X_5$  (empati) naik sebesar satu satuan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sebesar 0.764 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Uji statistik F atau uji signifikansi simultan, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ . Uji F mempunyai pengaruh signifikan apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ( $P < 0,05$ ).

Dari hasil perhitungan analisis *Full Model Regression* dengan bantuan program SPSS diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 35.237 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikan). Sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 4.9646 dengan demikian maka  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$   $35.237 > 4.9646$  dan juga probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, berarti bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Besarnya pengaruh (kontribusi) variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari besarnya koefisien determinan ganda ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya semakin besar. Atau dengan kata lain, jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan semakin kecil (mendekati 0), maka dapat dikatakan

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Atau dengan kata lain, nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Pada tabel Uji F menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa faktor bukti fisik (X<sub>1</sub>), kehandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>) dan empati (X<sub>5</sub>) secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan pada Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar sebesar 35.237%. Dengan berpengaruhnya faktor-faktor preferensi pelanggan tersebut dan dengan nilai kontribusi sebesar 35.237%, menjelaskan bahwa sebelum melakukan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar, pelanggan sangat mempertimbangkan faktor-faktor kualitas pelayanan tersebut. Dari hal tersebut dapat dilihat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t untuk menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi partial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0.05$ . Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ( $p < 0.05$ ). Selanjutnya akan dicari nilai koefisien determinasi partial ( $r^2$ ) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 5.15 disajikan hasil perhitungan uji t dan koefisien determinasi partialnya sebagai berikut:

**Tabel 0.4 Hasil Perhitungan Uji Student (Uji-t) dan Koefisien Determinasi Partial dalam Kualitas Pelayanan**

Variabel Regresi	Koefisien Regresi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keterangan
X <sub>1</sub>	0.786	2.573	1.7613	Signifikan
X <sub>2</sub>	0.808	3.944	1.7613	Signifikan
X <sub>3</sub>	0.873	4.388	1.7613	Signifikan
X <sub>4</sub>	0.735	2.289	1.7613	Signifikan
X <sub>5</sub>	0.764	2.397	1.7613	Signifikan

Berdasarkan Tabel 5.8, pengujian variabel-variabel bebas dijabarkan sebagai berikut:

Variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>), nilai  $t_{hitung} = 2.624$  dan  $t_{tabel} = 1.7613$ , maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.624 > 1.7613$ ) dengan nilai  $r^2 = 0.506$ , berarti variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>)

mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Variabel kehandalan ( $X_2$ ), nilai  $t_{hitung} = 3.795$  dan  $t_{tabel} = 1.7613$ , maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.795 > 1.7613$ ) dengan nilai  $r^2 = 0.828$ , berarti variabel kehandalan ( $X_2$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Variabel daya tanggap ( $X_3$ ), nilai  $t_{hitung} = 3.175$  dan  $t_{tabel} = 1.7613$ , maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.175 > 1.7613$ ) dengan nilai  $r^2 = 0.707$ , berarti variabel karakteristik daya tanggap ( $X_3$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Variabel jaminan ( $X_4$ ), nilai  $t_{hitung} = 2.471$  dan  $t_{tabel} = 1.7613$ , maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.471 > 1.7613$ ) dengan nilai  $r^2 = 0.548$ , berarti variabel jaminan ( $X_4$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Variabel empati ( $X_5$ ), nilai  $t_{hitung} = 2.561$  dan  $t_{tabel} = 1.7613$ , maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.561 > 1.7613$ ) dengan nilai  $r^2 = 0.528$ , berarti variabel empati ( $X_5$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

### **Pembahasan**

Pembahasan hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada pada Garuda Indonesia *Airlines* di Bandara Ngurah Rai Denpasar. Preferensi pelanggan tersebut adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

### **Kualitas Pelayanan Garuda Indonesia *Airlines***

Permasalahan pertama yang menmpertanyakan bagaimanakah kualitas pelayanan Garuda Indonesia *Airlines* sudah terjawab, yaitu sangat baik. Hal tersebut terlihat dari hasil tanggapan responden melalui hasil kuesioner yang menunjukkan rata-rata 82% responden menyatakan kualitas pelayanan sangat baik. Hal ini sesuai dengan visi dan misi Garuda Indonesia *Airlines*. Visi Garuda Indonesia *Airlines* ialah “Menjadi Perusahaan penerbangan yang disegani/memiliki keunggulan bersaing di Asia dan mengalami pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable grow*)”, dan salah satu misinya ialah memberikan pelayanan jasa angkutan udara yang berkualitas dan berorientasi kepada kepuasan

pengguna jasa melalui pengelolaan secara professional. Demi tercapainya visi dan misi ini tentunya berbagai hal telah diupayakan oleh pihak maskapai demi tercapainya kualitas pelayanan yang baik. Karyawan dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi memberikan pelayanan kepada pelanggan selalu menunjukkan budaya kerja yang sesuai dengan ciri khas yang menjadi identitas dari karyawan perusahaan untuk menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan merupakan ciri khas dari karyawan yang memiliki pengabdian untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Ciri khas ini selalu dipertahankan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan yaitu dengan motto "kepuasan yang kami berikan adalah ciri khas yang membanggakan". Motto ini menjadi sebuah ciri khas yang menjiwai dan menyemangati karyawan untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Airlines**

Permasalahan kedua menyatakan bagaimanakah kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar telah terjawab. Hal tersebut terlihat dari hasil tanggapan responden melalui hasil kuesioner yang menunjukkan rata-rata 87.5% responden menyatakan bahwa mereka sangat puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini terjadi karena selain Garuda Indonesia Airlines merupakan *top brand*, maskapai ini juga telah menerimasertifikasi *Operational Safety Audit (IOSA)*, yang berarti bahwa Garuda telah seluruhnya memenuhi standar keselamatan penerbangan internasional. Garuda masuk dalam daftar maskapai bintang empat yang berarti memiliki kinerja pelayanan yang bagus. Bahkan menurut *Chairman Branding Indonesia* Handito Joewono, "Kualitas pelayanan merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh Garuda Indonesia di tengah terjadinya perang harga yang dilakukan oleh maskapai lain. Maka Garuda Indonesia selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan mulai dari *pre journey* hingga *post journey* untuk kenyamanan penumpang. Mulai saat pemesanan tiket, *boarding*, *check-in*, di atas pesawat, hingga sampai tempat tujuan. Untuk menjaga kualitas pelayanan ini, sebulan sekali dilakukan evaluasi dan control sesuai dengan unit masing-masing."

Dari beberapa usaha tersebut maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia sudah dapat diciptakan, sehingga pelanggan pun sudah mempunyai gambaran bahwa jika menggunakan maskapai Garuda Indonesia

akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan dan memang hal ini telah terbukti nyata adanya.

### **Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines**

Permasalahan ketiga penelitian yang menyatakan berapa besar korelasi faktor-faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar telah terjawab. Hasil yang diperoleh adalah 0.68 maka korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tinggi. Adapun seberapa besar faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah sebesar 46.24%, hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi 46.24% kepuasan pelanggan dan sisanya 53.76% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kemudian dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 35.237 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikan). Sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 4.9646 dengan demikian maka  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$   $35.237 > 4.9646$  dan juga probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, berarti bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar.

Dari hasil penelitian di atas yang terdiri dari deskripsi variabel penelitian dan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dari kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airline.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, disimpulkan sebagai berikut: Kualitas pelayanan Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar dapat diketahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa penerbangan dapat dikategori sangat baik, dimana dari 120 responden 98 orang memilih sangat baik kualitas pelayanan jasa Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines di

Bandara Ngurah Rai Denpasar adalah sangat puas, dimana dari 120 responden 105 orang memilih kategori sangat puas untuk pelayanan jasa Garuda Indonesia Airlines di Bandara Ngurah Rai Denpasar. Hasil penghitungan korelasi *product moment* yang diperoleh adalah 0.68 maka korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tinggi dan hasil penghitungan koefisien determinasi adalah sebesar 46.24% yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 46.24% dan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003, *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta, Yokyakarta
- \_\_\_\_\_. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- \_\_\_\_\_. 2008. *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistika Inferensi) Edisi Kedua*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irianto, Agus. 2004. *Statistik: konsep dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono.1999. *Statistik Non-Parametrik Untuk Penelitian*.Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, W. J. 1996. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Swasta, Basu. 2002. *Azaz-azaz Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset