



## **Pengaruh Kualitas Layanan Penerbangan Terhadap Kepuasan Penumpang Dan Loyalitas (Studi Kasus: Penerbangan Garuda Indonesia)**

I Kadek Wawan Suryawan<sup>1</sup>; Osa Omar Sharif<sup>2</sup>

Universitas Telkom

[iwawansuryawan@gmail.com](mailto:iwawansuryawan@gmail.com)

### **Abstract**

*Garuda Indonesia airline is one of the airlines in Indonesia that prioritizes the quality of its service. The purpose of this study is to determine the service quality, passenger satisfaction and customer loyalty of Garuda Indonesia and to analyze the effect of the quality of flight services including pre-flight, in-flight, post-flight on passenger satisfaction and customer loyalty of Garuda Indonesia. The respondents of this research are specifically for people who have used domestic and international flight services from Garuda Indonesia with a total of 400 respondents. The sampling technique used in this study is purposive sampling and uses SEM analysis with the help of the SmartPLS program. The results showed that the quality of pre-flight, in-flight and post-flight services from Garuda Indonesia had a positive and significant impact on Garuda Indonesia passenger satisfaction. Garuda Indonesia passenger satisfaction also has a positive and significant impact on passenger loyalty from Garuda Indonesia. The Garuda Indonesia company must of course continue to innovate so that the quality of pre-flight, in-flight and post-flight services has the same excellent quality, of course, will affect passenger satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** PT Garuda Indonesia, PLS, Service Quality, Passenger Satisfaction, Loyalty

### **1. Pendahuluan**

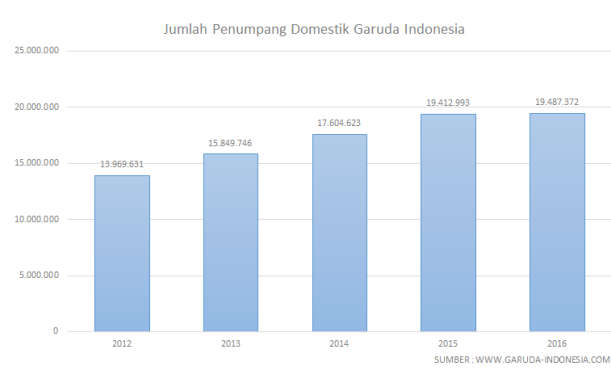
Dalam beberapa tahun terakhir maskapai penerbangan di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat. Menurut Badan Pusat Statistik Kecuk Suhariyanto, jumlah penumpang dari Januari sampai Desember 2016 yaitu 95,2 juta penumpang. Dari jumlah itu terdiri dari penumpang Internasional sebanyak 14,8 juta orang penumpang dan mengalami kenaikan sebesar 8,16 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun 2015. Penumpang domestik berjumlah 80,4 juta orang penumpang atau naik 16,97 persen. Peningkatan jumlah penumpang diantaranya dikarenakan adanya event tahunan seperti lebaran (Sindonews,2017).



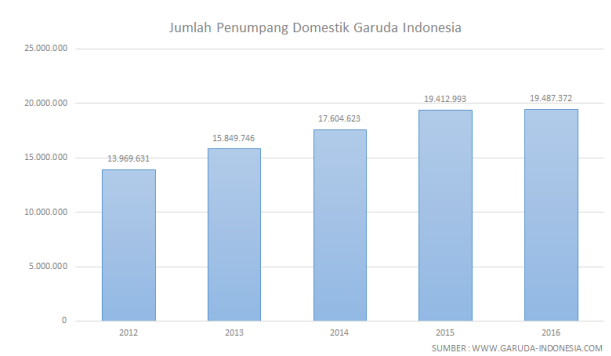
Gambar 1 Jumlah Penumpang Domestik di Indonesia  
Sumber: Databooks, 2017

Berdasarkan Gambar 1 Lion Air memimpin dengan jumlah penumpang terbanyak pada tahun 2016 dari tujuh maskapai penerbangan. Menurut Kementerian Perhubungan, penumpang Lion Air berjumlah 14.704.060 orang penumpang dan kemudian disusul oleh maskapai Garuda Indonesia dengan jumlah penumpang 9.600.105 orang penumpang serta pada urutan ketiga dengan jumlah penumpang terbanyak pada semester I 2016 adalah Citilink yaitu dengan jumlah penumpang sebesar 5.107.010 orang penumpang. Meskipun Garuda Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah penumpang terbanyak pada tahun 2016 tetapi Garuda Indonesia menjadi maskapai yang paling dicintai nomor 1, penelitian ini dilakukan oleh salah satu situs penilaian maskapai penerbangan yaitu Sky Trax (Liputan6, 2016).

Maskapai Garuda Indonesia adalah salah satu perusahaan penerbangan dengan mengunggulkan kualitas layanannya. Garuda Indonesia kini mengalami persaingan yang begitu ketat. Hal yang sama disampaikan oleh Direktorat jendral Perhubungan Udara, peningkatan jumlah penumpang pada tahun 2016 sebesar 16,6 % dengan jumlah penumpang mencapai 89,35 juta orang penumpang dan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 76,5 juta orang penumpang.



Gambar 2 Jumlah Penumpang Domestik maskapai Garuda Indonesia  
Sumber: Garuda-Indonesia, 2017



Gambar 3 Jumlah Penumpang Internasional maskapai Garuda Indonesia  
Sumber: Garuda-Indonesia, 2017

Berdasarkan Gambar 2 dan Gambar 3 adanya peningkatan jumlah penumpang dari Garuda Indonesia domestik maupun Internasional dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Dari peningkatan jumlah tersebut ada beberapa penumpang yang rutin menggunakan penerbangan Garuda Indonesia dan tentunya loyal dengan Garuda Indonesia (Kompasiana, 2013). Hal ini didukung oleh President Customer Relationship Garuda, pada tahun 2005 loyalitas penumpang Garuda Indonesia sebesar 3,4% (Merdeka, 2006). Oliver mendefinisikan loyalitas dalam Kotler & Keller (2008:138) sebuah komitmen dalam mendukung dan tentunya membeli kembali suatu produk atau jasa dimasa depan walaupun adanya pengaruh situasi dan pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Serta ada beberapa faktor pembentuk loyalitas pelanggan seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan penumpang terhadap maskapai, serta kualitas layanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan Menurut Kotler & Keller (2008:138) adalah sebuah bentuk perasaan seseorang yaitu kecewa dan senang yang timbul dengan cara membandingkan kinerja yang diharapkan terhadap ekspektasi yang diterimanya. Salah satu penumpang Garuda Indonesia juga menyatakan kepuasan terhadap penerbangan Garuda Indonesia. Hampir seluruh aspek dapat memuaskannya termasuk aspek keamanan, kenyamanan, dan Ketenangan (Kompasiana, 2015). Dengan pendapat tersebut membuktikan bahwa kepuasan konsumen didapat dari kualitas pelayanan yang memuaskan.

Namun Garuda Indonesia masih memiliki kekurangan dalam penyampaian jasanya. Hal ini didukung dengan adanya keluhan yang diberikan oleh pelanggannya. Berdasarkan data yang diperoleh selama periode 2016 dan 2017 untuk *pre-flight* keluhan seperti Pemberitahuan *delay* dan perijinan bagasi, untuk *in-flight* keluhan seperti keamanan penerbangan dan kualitas makanan serta untuk *post-flight* seperti pengambilan bagasi. Hal yang sama juga disampaikan pada media online salah satu penumpang mengeluh dikarenakan penerbangan yang ditunda dan akhirnya dibatalkan (detiknews, 2017). Berdasarkan hal tersebut, maka perlu diteliti lebih lanjut bagaimana kualitas layanan, kepuasan penumpang dan loyalitas dari pelanggannya. Selain itu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan penerbangan terhadap kepuasan penumpang dan loyalitas pelanggan dari Garuda Indonesia.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Kualitas Layanan *Pre-flight*

Kualitas layanan *in-flight* sangatlah penting yang akan mempengaruhi kualitas layanan lainnya yaitu bagaimana memberikan kualitas yang baik kepada penumpang sebelum melakukan penerbangan. Dalam penelitian faktor-faktor *inflight* antara lain yaitu keandalan situs web, penawaran diskon pada maskapai serta responsif terhadap situasi darurat seperti penerbangan yang dibatalkan (Munusamy, 2011; dalam Namukasa, 2013:524).

### Kualitas Layanan *In-flight*

Dalam penelitian Ng (2011) dalam Namukasa (2013:524) menyatakan bahwa layanan *in-flight* yang ditawarkan oleh pramugari mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu faktor-faktor pada kualitas layanan *in-flight* antara lain kenyamanan saat melakukan penerbangan, kualitas dari makanan yang diberikan maskapai kepada penumpang, layanan hiburan yang disediakan maskapai dan pengalaman penumpang saat melakukan penerbangan.

### Kualitas Layanan *Post-flight*

Layanan *post-flight* seperti ketepatan pengiriman bagasi, kekhawatiran penumpang dihargai oleh maskapai menjadi hal yang penting. (Doganis, 2006; dalam Namukasa, 2013:524).

### Kepuasan Pelanggan

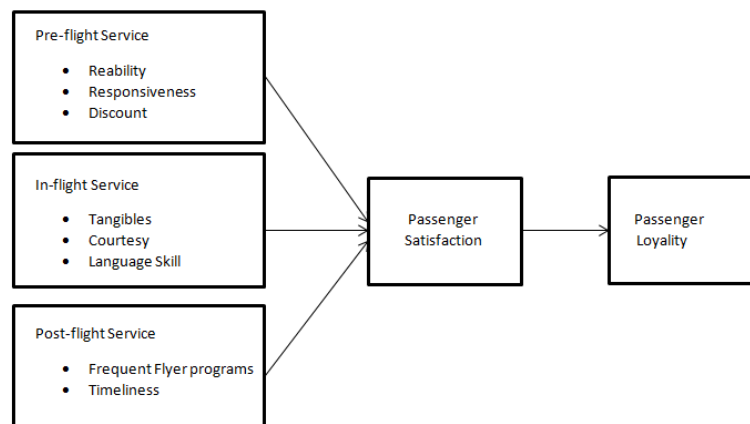
Menurut Kotler & Keller (2008:138) secara umum kepuasan sebuah bentuk perasaan seseorang yaitu kecewa dan senang yang timbul dengan cara membandingkan kinerja yang diharapkan terhadap hasil yang diterimanya.

## Loyalitas

Oliver mendefinisikan loyalitas dalam Kotler & Keller (2008:138) sebuah komitmen dalam mendukung dan tentunya membeli kembali suatu produk atau jasa dimasa depan walaupun terdapat pengaruh pemasaran dan situasi yang menyebabkan pelanggan beralih.

### 3. Metode Penelitian

#### Kerangka Pemikiran



Gambar 4 Kerangka Pemikiran  
Sumber: Namukasa (2013)

#### Pengembangan Hipotesis

- H1: Kualitas layanan penerbangan *pre-flight* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan penumpang.
- H2: Kualitas layanan penerbangan *in-flight* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan penumpang.
- H3: Kualitas layanan penerbangan *post-flight* memiliki pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan penumpang.
- H4: Kepuasan penumpang memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas penumpang.

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Deskriptif dilakukan untuk mengukur kualitas layanan, kepuasan penumpang dan loyalitas. Berdasarkan hasil yang diperoleh kualitas layanan *pre-flight* dinilai oleh konsumen sebesar 76,68%. Kualitas layanan *in-flight* dinilai oleh konsumen sebesar 85,89%, dan kualitas layanan *post-flight* dinilai oleh konsumen sebesar 78,90%. Kualitas layanan *pre-flight* dan *post-flight* dari Garuda Indonesia dapat disimpulkan tergolong baik dikarenakan persentase melebihi 68%. Dari variabel *pre-flight* item pertanyaan antara lain: keandalan situs web, penawaran diskon terhadap pelanggan, responsif terhadap kondisi darurat dan kejelasan bagasi penumpang. Untuk variabel *post-flight* item yang dinilai seperti: maskapai memiliki program loyalitas, kekhawatiran penumpang dihargai oleh maskapai dan ketepatan pengiriman bagasi oleh maskapai penerbangan. Sementara kualitas layanan *in-flight* tergolong sangat baik. Pada variabel ini terdapat 9 pertanyaan seperti: keamanan saat melakukan penerbangan, kenyamanan interior dan kursi penumpang, awak penerbangan yang tampil bersih dan rapi, maskapai menyediakan layanan penerbangan yang baik dan konsisten, servis penerbangan sesuai dengan harga yang dibayarkan, maskapai menyediakan kualitas makanan yang baik, bahasa yang terampil dari awak maskapai dan maskapai memberikan layanan hiburan. Kepuasan penumpang Garuda Indonesia sebesar 85% dan tergolong sangat baik diantaranya terdapat

tiga item pertanyaan anantara lain: pelanggan puas dengan penerbangan maskapai, pelanggan puas dengan pelayanan wak maskapai dan komentar pelanggan dihargai oleh maskapai. Loyalitas penumpang Garuda Indonesia sebesar 84,62% tergolong sangat baik dan terdiri dari empat item pertanyaan diantaranya: pelanggan memiliki keinginan memberikan tanggapan positif, pelaggan ingin melakukan penerbangan lagi menggunakan maskapai ini dan dari banyak pilihan maskapai pelanggan akan tetap memilih maskapai Garuda Indonesia.

Berdasarkan Hasil perhitungan dengan analisis model *convergent validity* dan *discriminan validity* menunjukkan 23 item pertanyaan telah valid karena lebih besar dari 0,50 hal ini membuktikan bahwa item pertanyaan telah lolos pada tahap validasi . Selanjutnya melakukan pengujian reliabilitas pada instrumen dengan hasil output sebagai berikut :

Tabel 1 Pengujian Reliabilitas

Konstrak	Alpha Cronbach	Composite Reliability
Kualitas Pelayanan Pre-flight	0,614	0,775
Kualitas Pelayanan In-flight	0,883	0,907
Kualitas Pelayanan Post-flight	0,755	0,860
Kepuasan Penumpang	0,755	0,860
Loyalitas	0,807	0,874

Hasil pengujian reabilitas instrumen menunjukkan *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 dan *Construct Reability* lebih besar dari 0,7. Dengan demikian konstrak yang termasuk di dalam model telah reliabel.

Tabel 3 Eveluasi Model Struktural

No	Hipotesis	T Statistics	R Square
1	Pre-flight -> KP	3,051	0,5760
2	In-flight -> KP	10,784	
3	Post-flight -> KP	5,332	
4	KP -> Loyalitas	36,384	0,5809

Dalam pengujian hipotesis, setiap hipotesis yang diajukan diterima jika signifikan dengan nilai T statistics > 1,96. Dari hasil evaluasi model struktural, dapat dijelaskan hasil sebagai berikut:

#### a. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Pre-flight* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian jalur Kualitas Pelayanan Pre-flight ke Kepuasan Konsumen menghasilkan nilai T Statistics sebesar 3,051. Nilai T Statistics yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *Pre-flight* Terhadap Kepuasan konsumen atau penumpang dari Garuda Indonesia. Berdasarkan besarnya T statistik menunjukkan begitu besarnya pengaruh yang diberikan kualitas layanan maskapai terhadap kepuasan penumpangnya. Dari pelayanan tersebut penumpang akan puas dan tentunya akan menggunakan kembali maskapai Garuda Indonesia.

#### b. Pengaruh Kualitas Pelayanan *In-flight* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian jalur Kualitas Pelayanan In-flight ke Kepuasan Konsumen menghasilkan nilai T Statistics sebesar 10,784. Nilai T Statistics yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *In-flight*

Terhadap Kepuasan konsumen atau penumpang dari Garuda Indonesia. Hasil T Statistik variabel *In-flight* menunjukkan sangatlah besar pengaruh dari kualitas pelayanan kepada kepuasan penumpang maskapai. Dari sembilan pertanyaan yang diajukan kepada konsumen, ini membuktikan kualitas pelayanan dari Garuda Indonesia khususnya *In-flight* dinilai konsumen sangatlah puas dan tentunya berdampak kepada kepuasan konsumen yang nantinya konsumen akan datang kembali untuk menggunakan jasa penerbangan dari Garuda Indonesia.

### c. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Post-flight* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian jalur Kualitas Pelayanan Post-flight ke Kepuasan Konsumen menghasilkan nilai T Statistics sebesar 5,332. Nilai T Statistics yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *Pre-flight* Kepuasan konsumen atau penumpang dari Garuda Indonesia. Dengan T Statistik yang besar tentunya konsumen beranggapan bahwa kualitas layanan *post-flight* sangatlah besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Dimana kosumen akan datang kembali untuk menggunakan maskpai ini.

### d. Pengaruh Kepuasan Konsumen atau Kepuasan Penumpang Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian jalur Kepuasan Konsumen ke Loyalitas Konsumen menghasilkan nilai T Statistics sebesar 36,384. Nilai T Statistics yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen atau kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan dari maskapai Garuda Indonesia. Berdasarkan hasil T Statistik yang sangatlah besar tentu menunjukkan konsumen puas menggunakan jasa penerbanga ini. Dengan demikian akan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kembali maskapai ini dan enggan untuk menggunakan jasa penerbangan lainnya. Dengan demikian tentunya pelanggan akan datang kembali dengan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap maskapai Garuda Indonesia.

Untuk memvalidasi model secara keseluruhan, digunakan *Goodness of Fit* (GoF). Hasil perhitungan menunjukkan nilai GoF sebagai berikut :

Tabel 4 Perhitungan AVE dan R Square untuk GOF

	AVE	R-Square
<b>Kualitas Pre-flight</b>	0,4664	0,576
<b>Kualitas In-flight</b>	0,5245	
<b>Kualitas Post-flight</b>	0,6718	
<b>Kepuasan Konsumen</b>	0,6728	
<b>Loyalitas</b>	0,6351	0,6809

$$GoF = \sqrt{AVE + R^2}$$

$$GoF = 0,6109$$

Interpretasi dari nilai ini Menurut Tenenhou (2004), nilai GoF small= 0,1, GoF medium= 0,25 dan GoF besar = 0,38. Nilai GoF sebesar 0,6109 yang tergolong besar menunjukkan performa dari gabungan model pengukuran dan model struktural seperti di atas tergolong baik sehingga model yang ada sudah baik dan dapat diterima untuk prediksi. Hasil tersebut diperoleh dari rata-rata AVE dari kelima variabel tersebut lalu dijumlahkan dengan rata-rata R dan diakarkan. Hal ini menunjukkan performa model penelitian ini tergolong baik dan tentunya relevan digunakan dalam penelitian selanjutnya. Serta tepat digunakan pada masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan jasa penerbangan dari Garuda Indonesia.

## 5. Simpulan dan Saran

Kualitas layanan *pre-flight* dari Garuda Indonesia tergolong baik. Kualitas layanan *in-flight* dari Garuda Indonesia tergolong sangat baik dan kualitas layanan *post-flight* dari Garuda Indonesia tergolong baik. Kepuasan penumpang Garuda Indonesia dinilai oleh konsumen tergolong sangat baik. Loyalitas penumpang Garuda Indonesia dinilai oleh konsumen tergolong sangat baik. Kualitas layanan *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* Garuda Indonesia berpengaruh secara positif serta secara signifikan terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia. Kepuasan penumpang Garuda Indonesia berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia.

Model PLS yang digunakan memiliki nilai GoF sebesar 0,6109 yang tergolong tinggi. Model ini merupakan model yang memiliki prediksi yang tergolong baik dan dapat diterapkan pada masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia. Dan tentunya model ini baik digunakan pada penelitian selanjutnya.



## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (2016). Jumlah Penumpang Berangkat pada Penerbangan Domestik di Bandara Utama di Indonesia, 2016-2017. [online]. <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/812>. [18 September 2017].
- Databooks (2016). Lion Air Raja Maskapai Indonesia. [online]. <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/09/lion-air-raja-maskapai-indonesia>. [15 September 2017].
- Detik Finance (2016). Jumlah Penumpang Pesawat di RI Naik Terus, Tertinggi Sepanjang Masa. [online]. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3247291/jumlah-penumpang-pesawat-di-ri-naik-terus-tertinggi-sepanjang-mas>. [19 September 2017].
- Detiknews (2017). Vanessa Angel Mengeluh Pesawat Delay Karena Jokowi, Ini Kata Garuda. [online]. <https://news.detik.com/berita/d-3587273/vanessa-angel-mengeluh-pesawat-delay-karena-jokowi-ini-kata-garuda>. [18 September 2017].
- Garuda Indonesia (2017). Garuda Indonesia Pertahankan Gelar”Maskapai Bintang 5” Selama Dua Tahun. [online]. <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/ga-pertahankan-gelar-maskapai-bintang-5.page>. [18 September 2017].
- Garuda Indonesia (2017). Laporan Tahunan. [online]. <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/investor-relations/financial-report-and-presentations/annual-report/index.page>. [25 September 2017].
- Kompasiana (2013). Bangga Terbang Bersama Garuda indonesia. [online]. [http://www.kompasiana.com/sholehudinaaziz/bangga-terbang-bersama-garuda-indonesia\\_552aa2a8f17e61352ad623f4](http://www.kompasiana.com/sholehudinaaziz/bangga-terbang-bersama-garuda-indonesia_552aa2a8f17e61352ad623f4). [20 September 2017].
- Kotler & Keller (2008). *Manajemen Pemasaran..* Jakarta: Erlangga.
- Merdeka (2006). Niaga Garuda Rebut Pasar Loyal. [online]. <https://www.merdeka.com/uang/niaga-garuda-rebut-pasar-loyal-glfb6ja.html>. [2 Oktober 2017].
- Namukasa, J. (2013). The Influence of Airline Service Quality On Passenger Satisfaction and Loyalty. *The TQM journal*, Vol.25 (5), 520-532. Didapatkan dari Emerald Publishing.
- SindoNews (2016). BPS: Jumlah Penumpang Pesawat Tahun 2016 Capai 95,2 Juta. [online]. <https://ekbis.sindonews.com/read/1176254/33/bps-jumlah-penumpang-pesawat-tahun-2016-capai-952-juta-1485965749>. [18 September 2017].
- Wetzels, M., Schroder, G. O., and Oppen, V. C. (2009). “Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration”, *MIS Quarterly*, 33(1), 177–195.