

**SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN BANDAR UDARA  
INTERNASIONAL SULTAN ISKANDAR MUDA SEBAGAI  
*WORLD'S BEST AIRPORT FOR HALAL TRAVELER*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**



**Disusun Oleh:**

**NADYA ISMUHA  
NIM. 150602057**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019 M/1440 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nadya Ismuha  
NIM : 150602057  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 5 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Nadya Ismuha

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Analisis Kualitas Layanan Bandar Udara Internasional Sultan  
Iskandar Muda sebagai *World's Best Airport for Halal Traveler*  
terhadap Kepuasan Pelanggan**

Disusun Oleh:

Nadya Ismuha  
NIM. 150602057

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam  
Penyelesaian Studi pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

**Pembimbing I,**



Khairul Amri, SE., M.Si  
NIDN. 0106077507

**Pembimbing II,**



Seri Murni, SE., M. Si. Ak  
NIP. 19721011 201411 2 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, 

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 19710317 200801 2 007





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

## FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nadya Ismuha

NIM : 150602057

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : [ismuha.nadya@gmail.com](mailto:ismuha.nadya@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

yang berjudul:

**Analisis Kualitas Layanan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *World's Best Airport for Halal Traveler* terhadap Kepuasan Pelanggan**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 24 Juli 2019

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Nadya Ismuha

Khairul Amri, SE., M.Si  
NIDN. 0106077507

Seri Murni, SE., M. Si. Ak  
NIP. 19721011 201411 2 001

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap. ”  
(QS. Al-Insyirah: 5-8)

*“ Don't just sit there. Do something. The answers will follow. ”*  
(Mark Manson)

Segala puji bagi Allah SWT. zat yang maha sempurna dengan memohon keridhaan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terimakasih atas semua didikan yang diberikan sampai saat ini sehingga dapat membuatku menjadi pribadi yang lebih baik. Kepada mami dan adikku terimakasih atas segala dukungan dan doanya. Serta sahabat-sahabat yang telah membantu dan memberi semangat yang tiada hentinya untuk penyelesaian karya tulis ini.

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Layanan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *World’s Best Airport for Halal Traveler* terhadap Kepuasan Pelanggan”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Khairul Amri, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Seri Murni, SE., M. Si. Ak selaku pembimbing II yang tak bosan-

bosannya memberi arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Dr. T. Meldi Kesuma, SE. M.M dan Jalilah S.HI., M.Ag selaku penguji yang telah meluangkan waktunya dalam kelancaran ujian skripsi ini.
6. Khairul Amri, SE., M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
7. Terima kasih juga kepada seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
8. Kepada pihak PT. Angkasa Pura II yang telah mengizinkan dan bekerjasama sehingga peneliti dapat melakukan penelitiannya di bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dengan mudah.
9. Kedua orang tua yang terhormat dan tercinta Ayah Ismuha, Ibunda Maryani, Mami dan adik Syahira Ismuha yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, didikan, dukungan moral, finansial, motivasi dan doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, serta semua yang telah diberikan selama ini yang tidak ternilai harganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.
10. Sahabat-sahabat tersayang khususnya Indah Anggia Sardini, Rahmi Meutia, Rayyan Sofyan dan Nazariah yang menemani,

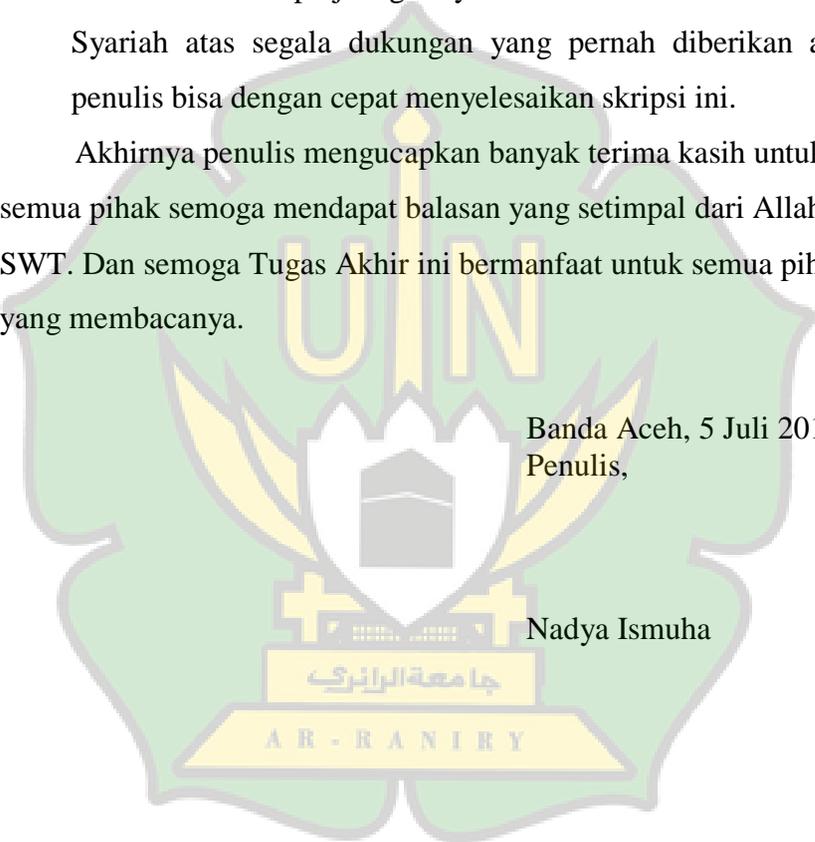
membantu dan memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Aditya Putra Pratama dan Nur Ulfia yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Ekonomi Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 5 Juli 2019  
Penulis,

Nadya Ismuha



## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Nadya Ismuha  
NIM : 150602057  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Analisis Kualitas Layanan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *World's Best Airport for Halal Traveler* terhadap Kepuasan Pelanggan  
Tanggal Sidang : 12 Juli 2019  
Tebal Skripsi : 198 Halaman  
Pembimbing I : Khairul Amri SE., M.Si  
Pembimbing II : Seri Murni, SE., M. Si. Ak

Kualitas layanan dapat digunakan sebagai salah satu dimensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda terhadap kepuasan pelanggan. Bandar udara ini mendapat penghargaan *world's best airport for halal traveler* dikarenakan salah satunya memenuhi *global muslim travel index* yang memiliki empat dimensi. Peneliti memasukkan keempat dimensi tersebut ke dalam kualitas layanan sesuai teori parasuraman, dkk. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana populasinya adalah seluruh penumpang bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang dipakai adalah data primer dengan cara mengedarkan langsung daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial hanya variabel reliabilitas, daya tanggap, empati dan bukti fisik yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan. Pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 75,2%.

***Kata Kunci: Kualitas Layanan, Halal Travel, Kepuasan Pelanggan.***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Jasa.....	11
2.1.1 Jenis-Jenis Jasa.....	14
2.2 Pengertian Kualitas.....	14
2.2.1 Manfaat kualitas.....	20
2.3 Pelayanan.....	21
2.4 Kualitas Pelayanan.....	22
2.5 Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan.....	29
2.5.1 Reliabilitas ( <i>Reliability</i> ).....	31
2.5.2 Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ).....	33
2.5.3 Jaminan ( <i>Assurance</i> ).....	35
2.5.4 Empati ( <i>Empathy</i> ).....	38
2.5.5 Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ).....	40

2.6 World Halal Tourism Award .....	44
2.6.1 Kebutuhan Wisatawan Muslim.....	44
2.6.2 MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) .....	47
2.7 Kepuasan Pelanggan .....	53
2.7.1 Jenis-Jenis Harapan Konsumen Untuk Jasa ..	55
2.7.2 Pengukuran Kepuasan .....	57
2.7.3 Indikator Kepuasan .....	60
2.8 Penelitian Terdahulu.....	61
2.9 Kerangka Berfikir .....	69
2.10 Hipotesis .....	69
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>71</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	71
3.2 Jenis data Penelitian.....	71
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.4 Populasi dan Sampel.....	74
3.5 Model Penelitian .....	75
3.6 Operasional Variabel Penelitian .....	76
3.7 Teknik Analisis Data.....	82
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	83
3.9 Uji Hipotesis .....	84
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	87
4.1.1 Profil Perusahaan.....	87
4.1.2 Letak Geografis .....	89
4.1.3 Visi-Misi Perusahaan.....	90
4.1.4 Fasilitas-fasilitas Pokok Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda .....	90
4.1.5 Maskapai Penerbangan .....	91
4.2 Karakteristik Responden.....	92
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	101
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	104
4.5 Deskriptif Responden .....	109
4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	116

4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	119
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	125
4.8.1 Analisis Reliabilitas ( <i>Reliability</i> ), Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ), Jaminan ( <i>Assurance</i> ), Empati ( <i>Empathy</i> ) dan Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	125
4.8.2 Analisis Reliabilitas ( <i>Reliability</i> ), Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ), Jaminan ( <i>Assurance</i> ), Empati ( <i>Empathy</i> ) dan Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	131
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>132</b>
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>141</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penumpang yang Datang dan Berangkat Melalui Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda, 2014-2017 .....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	65
Tabel 3.1	Skala Likert .....	72
Tabel 3.2	Skala Likert .....	73
Tabel 3.3	Interval Penelitian Jawaban Responden .....	74
Tabel 3.4	Operasional Variabel Penelitian .....	78
Tabel 4.1	Daftar Maskapai Penerbangan yang Beroperasi Melayani Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda .....	92
Tabel 4.2	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Tabel 4.3	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Agama .....	94
Tabel 4.4	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Umur .....	95
Tabel 4.5	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	96
Tabel 4.6	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	97
Tabel 4.7	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	98
Tabel 4.8	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Penumpang Penerbangan .....	99
Tabel 4.9	Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jumlah Penerbangan .....	100
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas .....	102
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	103
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas .....	105
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas .....	107
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	109
Tabel 4.15	Deskriptif Reliabilitas ( <i>Reliability</i> ) .....	110
Tabel 4.16	Deskriptif Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .....	111
Tabel 4.17	Deskriptif Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	112

Tabel 4.18 Deskriptif Empati ( <i>Empathy</i> ).....	113
Tabel 4.19 Deskriptif Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) .....	114
Tabel 4.20 Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	115
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	116
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	120
Tabel 4.23 Hasil Uji T .....	121
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	124



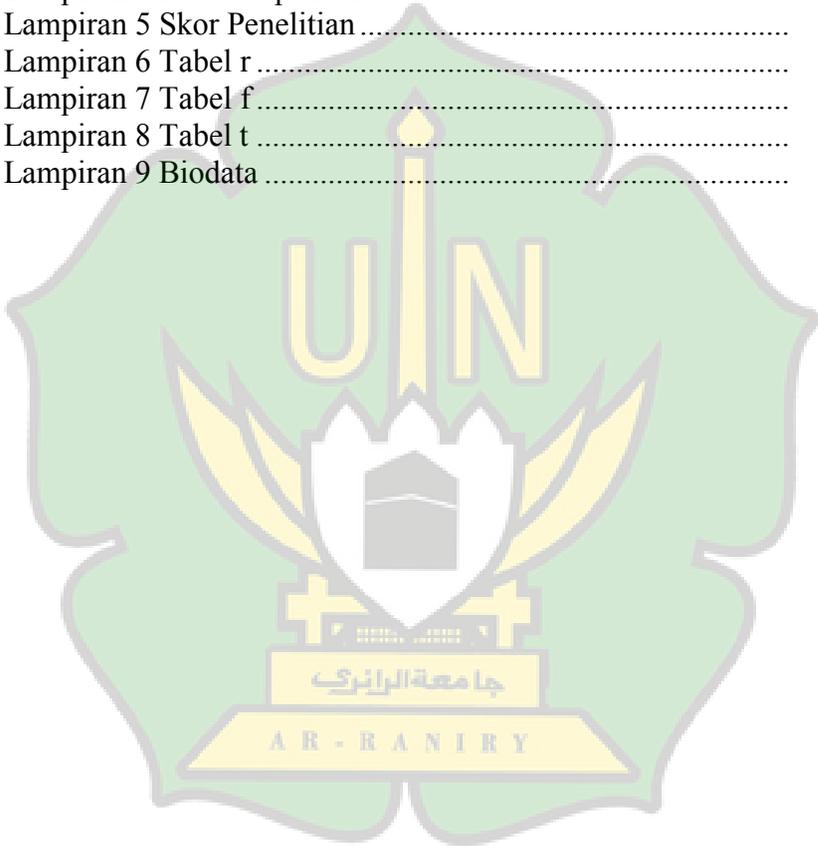
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Global Muslim Travel Index (GMTI) .....	49
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian .....	69
Gambar 4.1 Gambar Normal P-P Plot .....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	141
Lampiran 2 Hasil Output Analisis .....	148
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian .....	156
Lampiran 4 Data Responden .....	157
Lampiran 5 Skor Penelitian .....	166
Lampiran 6 Tabel r .....	173
Lampiran 7 Tabel f .....	174
Lampiran 8 Tabel t .....	175
Lampiran 9 Biodata .....	176



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Gaya hidup umat muslim saat ini semakin berkembang dengan adanya kesadaran tentang pentingnya gaya hidup halal, sehingga dianggap menjadi peluang besar bagi sektor industri. Menurut *State of Global Islamic Economy*, banyak sektor yang sudah menjadi pemain dalam industri halal, diantaranya yaitu makanan, keuangan Islam, pakaian, media dan hiburan, obat-obatan dan kosmetik serta perjalanan (Ghulamallah, 2017).

Berdasarkan data *State of Global Islamic Economy 2017-2018*, bahwa belanja muslim global di seluruh sektor gaya hidup adalah 2 triliun dolar pada tahun 2016. Jumlah dana tersebut diproyeksikan meningkat mencapai 3,081 triliun dolar pada tahun 2020. Adapun perinciannya, sektor keuangan Islam memiliki total 2,2 miliar dolar, kategori makanan dan minuman mencapai 1,24 miliar dolar, pakaian dan sepatu mencapai 254 miliar dolar, media dan hiburan mencapai 198 miliar dolar, perjalanan mencapai 169 miliar dolar, pengeluaran untuk obat-obatan dan kosmetik mencapai 83 miliar dolar dan 57,4 miliar dolar masing-masingnya (Ghulamallah, 2017)

Melihat potensi tersebut, seluruh negara di dunia berlomba-lomba ikut serta mengembangkan ekonominya melalui industri halal ini, tidak terkecuali negara Indonesia. Untuk mengapresiasi hal tersebut, banyak diadakan pameran dagang,

konferensi, bahkan ajang pemberian penghargaan. Salah satunya pemberian penghargaan *World Halal Tourism Award* (WHTA) yang dibentuk dan diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Budaya Abu Dhabi. *World Halal Tourism Award* ini adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada mereka yang terbaik dalam industri perjalanan dan pariwisata halal internasional.

Pada tahun 2016, berdasarkan situs *International Travel Week Abu Dhabi* (2016), Indonesia mampu meraih 12 dari 16 penghargaan yang diperebutkan di ajang *World Halal Tourism Award*. Dua belas diantaranya adalah *World's Best Airline for Halal Travellers* dimenangkan oleh Garuda Indonesia, *World's Best Airport for Halal Travellers* dimenangkan oleh Sultan Iskandar Muda International Airport Banda Aceh, *World's Best Family Friendly Hotel* dimenangkan oleh The Rhadana Kuta Bali, *World's Most Luxurious Family Friendly Hotel* dimenangkan oleh The Trans Luxury Hotel Bandung, *World's Best Halal Beach Resort* dimenangkan oleh Novote Lombok Resort & Villas, *World's Best Halal Tour Operator* dimenangkan oleh ERO Tour Sumatera Barat, *World's Best Halal Travel Website* dimenangkan oleh [www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com), *World's Best Halal Honeymoon Destination* dimenangkan oleh Sembalun Valley Region NTB, *World's Best Hajj & Umrah Operator* dimenangkan oleh ESQ Tours and Travel Jakarta, *World's Best Halal Destination* dimenangkan oleh Sumatera Barat, *World's Best Halal*

*Culinary Destination* dimenangkan oleh Sumatera Barat dan *World's Best Halal Cultural Destination* dimenangkan oleh Aceh.

Berdasarkan pemenang di atas terdapat tiga daerah yang unggul, yaitu Nusa Tenggara Barat memenangkan 4 penghargaan, Sumatera Barat memenangkan 2 penghargaan dan Aceh memenangkan 2 penghargaan. Hal tersebut sejalan dengan upaya Kementerian Pariwisata untuk menjadikan Lombok, Sumatera Barat dan Aceh menjadi 3 teratas dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

Menurut data Badan Penduduk Statistik tahun 2010 dari ketiga provinsi di atas dinyatakan bahwa penduduk Islam terbanyak yaitu Aceh dengan persentase 98,20%, disusul oleh Sumatera Barat dengan persentase 97,42% dan Nusa Tenggara Barat dengan persentase 96,46% (Badan Penduduk Statistik, 2010). Dari data tersebut, tidak heran mengapa provinsi Aceh dijuluki Serambi Mekkah. Aceh juga dikenal kaya akan budaya yang memiliki peninggalan sejarah maupun tradisi yang terhubung dan tidak dapat dipisahkan dengan aspek-aspek keagamaan dan praktik religi masyarakat. Warisan budaya dan agama dengan keberagaman suku, etnis, bahasa dan adat kebiasaan menjadi potensi dalam pengembangan pariwisata. Ciri khas yang dimiliki Aceh seperti masjid, peninggalan kerajaan Aceh, makam para pahlawan maupun ulama, alam, sampai kuliner mampu menarik banyak wisatawan untuk langsung mengunjungi Aceh.

Seorang wisatawan yang melakukan perjalanan wisata tentu memiliki tujuan masing-masing, seperti berlibur, studi, keperluan pengobatan, keperluan agama, bisnis dan lain sebagainya. Disamping itu, wisatawan juga memiliki harapan terhadap tempat yang ingin dikunjungi. Harapan wisatawan adalah salah satu unsur penting yang harus dipenuhi agar terciptanya kepuasan. Hal tersebut mulanya dapat diberikan melalui layanan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai gerbang utama Aceh.

Bandar udara Sultan Iskandar Muda adalah satu-satunya bandar udara bertaraf Internasional yang dimiliki Aceh dan dikelola oleh PT. Agkasa Pura II. Umumnya aktifitas keberangkatan dan kepulangan dimulai pada bandar udara ini.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penumpang yang Datang dan Berangkat Melalui Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda, 2014-2017**

No	Tahun	Jenis Penerbangan	Datang	Berangkat
1	2014	Domestik	330.896	312.051
		Internasional	63.442	69.983
2	2015	Domestik	301.339	312.806
		Internasional	70.906	70.155
3	2016	Domestik	389.385	416.055
		Internasional	81.250	81.795
4	2017	Domestik	444.978	505.672
		Internasional	95.857	93.424

Sumber: Provinsi Aceh dalam Angka.

Dari tabel di atas, dapat dilihat jumlah penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda yang datang dan berangkat dari tahun 2014 sampai tahun 2017 umumnya

mengalami kenaikan baik dari jenis penerbangan domestik maupun Internasional. Tetapi jika dilihat dari jumlah penumpang yang datang, tahun 2015 terjadi penurunan pada jenis penerbangan domestik dan kembali naik pada tahun berikutnya. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak penumpang yang datang ke Aceh.

Pada tahun 2016, Bandar Udara ini juga telah berhasil mendapatkan penghargaan yaitu *World's Best Airport for Halal Travellers. Global Muslim Travel Index* yaitu panduan otoritatif tentang semua aspek perjalanan yang ramah halal dijadikan sebagai alat penentuan pemenang penghargaan ini. Disamping itu, masyarakat juga ikut berpartisipasi dalam memilih pemenang. Menurut Awaluddin (Omy, 2016), tercatat 1,89 juta voters dari 116 negara ikut menentukan pemenang dalam kategori *World Halal Tourism Award* ini.

Penghargaan yang telah diraih dan sudah bertaraf internasional mampu menaikkan harapan wisatawan menjadi lebih tinggi terhadap Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda, maka Bandar Udara ini harus berupaya dengan maksimal untuk memenuhi harapan pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan.

Namun kenyataannya, Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda masih memiliki kekurangan dalam penyampaian jasanya. Hal ini dapat dilihat dari adanya keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pengguna mengenai kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari tahun 2017 sampai

awal tahun 2019 pada situs resmi Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda, keluhan-keluhan yang disampaikan oleh penggunanya adalah mengenai ruang tunggu yang kecil, bentuk fisik bandar udara, layanan di lobby, layanan di *counter check-in*, kebersihan toilet, fasilitas yang kurang update, angkutan darat yang berada di bandara dan keramahan petugas bandara (sultaniskandarmuda-airport, 2019). Keluhan-keluhan tersebut perlu ditindak lanjuti agar kedepannya tidak membawa dampak buruk bagi perusahaan. Keluhan ini juga menandakan adanya kesenjangan antara harapan pengguna dengan kinerja perusahaan sehingga perusahaan perlu untuk mengevaluasi serta memperbaiki kinerja yang bertujuan untuk memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Kualitas Layanan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *World's Best Airport for Halal Traveller Terhadap Kepuasan Pelanggan.***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh reliabilitas (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda?

2. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda?
3. Bagaimana pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda?
4. Bagaimana pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda?
5. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel reliabilitas (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda

4. Untuk menganalisis pengaruh variabel empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan teori yang diperoleh di perguruan tinggi, guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian, lebih lanjut terutama berkaitan dengan kepuasan pelanggan atau penumpang bandar udara.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru serta memberikan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi pemahaman kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.
  - b. Bagi Pihak Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda

Bagi pihak bandar udara, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan untuk kemajuan di masa mendatang dan lebih memperkenalkan pelayanan dan fasilitas bandar udara kepada penumpang.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini, sistematika pembahasan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang landasan teori, temuan penelitian terkait, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, jenis data dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, model dan variabel penelitian, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian

yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Jasa**

Tjiptono (2005: 23) mendefinisikan jasa (*servise*) merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan menurut Kotler (2009: 16) jasa didefinisikan sebagai: “setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Sehingga semua bentuk barang bisa ditawarkan dari satu pihak ke pihak lain. Jadi, pada dasarnya jasa adalah segala aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berbentuk produk dalam bentuk fisik yang umumnya dikonsumsi pada waktu yang sama pada saat produk tersebut dihasilkan dan diberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, keamanan, kesenangan atau jaminan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh pengguna produk. Selanjutnya menurut Payne (dalam jurnal Happy, 2009) mengartikan jasa sebagai suatu aktivitas yang mempunyai beberapa elemen yang tak kelihatan atau tak berwujud yang berhubungan dengan jasa itu sendiri, yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau dengan barang milik pelanggan dan tidak berdampak pada pengalihan kepemilikan.

Hasil riset manajemen jasa menyatakan bahwa jasa/layanan memiliki empat karakteristik unik yang

membedakannya dari barang. Menurut Tjiptono (2012: 28) empat karakteristik jasa/layanan tersebut adalah:

1. *Intangibility* adalah jasa/layanan merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha yang bersifat abstrak. Jasa/layanan juga cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa bersifat *intangible* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. *Heterogeneity/Variability/Inconsistency* adalah layanan bersifat sangat variabel atau heterogen karena merupakan *non-standardized output* artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung siapa, kapan dan di mana layanan tersebut dihasilkan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman yang besar ini dan akan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.
3. *Inseparability* adalah jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
4. *Perishability* adalah jasa/layanan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali atau dikembalikan. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap atau teratur, karena jasa-jasa

sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu. Namun, jika permintaan berfluktuasi maka akan dihadapkan pada berbagai masalah sulit.

Menurut Berry (dalam buku Tim Dosen, 2013: 6), klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan 3 kriteria yaitu:

1. Lebih bersifat tidak berwujud, daripada berwujud (*more intangible than tangible*)

Jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha. Jasa yang dibeli pada umumnya tidak ada wujudnya, yaitu sesuatu yang tidak dapat disentuh atau tidak dapat dipahami dan sesuatu yang tidak dapat didefinisikan, tidak mudah diformulasikan.

2. Produksi dan konsumsi berjalan serempak

Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam jangka waktu yang sama. Pada umumnya, barang diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual dan dikonsumsi. Sedangkan, jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serempak. Dikatakan produksi dan konsumsi berjalan serempak artinya si penghasil jasa, sering hadir secara fisik pada waktu konsumsi berlangsung. Pemasaran jasa yang penting adalah bagaimana menyalurkannya dalam cara yang tepat.

3. Kurang memiliki standar dan keseragaman

Industri jasa cenderung dibedakan berdasarkan orang dan berdasarkan perlengkapan. Implikasi perbedaan ini adalah

jasa yang memakai pelayanan orang, memiliki tingkat variabilitas atau tergantung pada orangnya dan tingkat perbedaan ini, tidak ada pada jasa yang dilayani oleh mesin.

### **2.1.1 Jenis-Jenis Jasa**

Jenis-jenis jasa menurut Converse (dalam buku Tim dosen, 2013: 10) dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. *Personalized Service* (Jasa/layanan Pribadi)
2. *Financial Service* (Jasa/layanan Keuangan)
3. *Public Utility and Transportation Service* (Utilitas Umum dan Layanan Transportasi)
4. *Entertainment* (Hiburan)
5. *Hotel Service* (Jasa/layanan Hotel)

### **2.2 Pengertian Kualitas**

Terwujudnya kepuasan pengguna yang positif dapat diwujudkan melalui pemberian kualitas yang dikelola dengan tepat. Kualitas memberikan nilai lebih berupa motivasi bagi para pengguna untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional tersebut bermanfaat bagi perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pengguna produk. Efeknya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pengguna, dengan cara memaksimalkan pengalaman konsumen yang

menyenangkan dan meminimalisasi atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Tidak mudah untuk mendefinisikan kualitas secara akurat. Berdasarkan perspektif TQM (*Total Quality Management*), misalnya kualitas dipandang secara lebih komprehensif atau holistik, di mana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan sumber daya manusia (Tjiptono dan Chandra, 2005: 110). Perspektif ini dirumuskan secara rinci oleh Goetsch & Davis yang mendefinisikan kualitas sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Tjiptono dan Chandra, 2005: 4).

Merujuk kepada konsep di atas, aspek penilaian terhadap kualitas jasa seperti bandara, dapat mencakup berbagai faktor di antaranya lokasi, biaya, status bandara, jumlah dan kualifikasi staf, desain bandara dan area lepas landas, jam operasi, sikap staf, perhatian personal terhadap kebutuhan pengguna bandara, ketersediaan dan aksesibilitas serta lainnya.

Menurut Sinambela (2010: 6), kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*). Sedangkan definisi kualitas menurut Wijaya (2011: 11) adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman

aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian kualitas di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu pola pikir yang dapat menerjemahkan harapan dan kebutuhan konsumen dalam suatu proses manajemen maupun proses produksi barang atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus sehingga memenuhi persepsi konsumen terhadap kualitas tersebut.

Perspektif kualitas menurut Garvin (dalam buku Tjiptono, 2012: 144) dapat diklasifikasikan dalam lima kelompok, yaitu:

1. *Transcendental Approach* (Pendekatan Transendental)  
Kualitas dipandang sebagai *innate excellence* dalam perspektif ini, yaitu sesuatu yang secara intuitif bisa dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, contohnya kecantikan atau cinta. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali (*repeated exposure*). Sudut pandang semacam ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni lukis, seni tari dan seni rupa. Orang awam kadangkala sulit memahami kualitas sebuah lukisan, puisi, lagu atau film yang dipuji oleh para kritikus dan pengamat seni. Dalam konteks organisasi bisnis, perspektif ini sulit digunakan sebagai dasar

manajemen kualitas untuk fungsi perencanaan, produksi/operasi dan pelayanan. Kendati demikian, organisasi bisnis bisa memanfaatkan sejumlah kriteria transendental dalam komunikasi pemasarannya, misalnya pesan-pesan iklan seperti “tempat berbelanja yang menyenangkan” (pusat perbelanjaan), “elegant” (mobil), “kecantikan alami” (kosmetik), “kepribadian yang menawan” (kursus kepribadian), “kelembutan dan kehalusan kulit” (sabun mandi dan body lotion) dan lain sebagainya.

## 2. *Product-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Produk)

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan. Contoh atribut spesifik untuk sebuah laptop, misalnya spesifikasi mikroprosesor, kapasitas memori, RAM, *harddisk*, fitur tambahan (*WiFi*, *web cam*, *bluetooth*, *cardreader* dan *operating system*), harga, ukuran monitor, berat laptop, warna dan lain-lain. Karena

perspektif ini sangat objektif, maka kelemahannya adalah tidak bisa menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan dan preferensi individual atau bahkan segmen pasar tertentu.

### 3. *User-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Pengguna)

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. Akan tetapi, produk yang dinilai berkualitas baik oleh individu tertentu belum tentu dinilai sama oleh orang lain. Contoh paling sederhana, masakan atau makanan manis, asin, pedas dan bersantan memiliki penggemarnya masing-masing. Gudeg, emping manis dan kecap manis sangat populer di Yogyakarta, namun di Kalimantan Timur tidak terlalu digemari.

#### 4. *Manufacturing-Based Approach* (Pendekatan Berdasarkan Manufaktur)

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perenkayaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat *operations-driven*. Rancangan semacam ini menekankan penyesuaian spesifikasi produksi dan operasi yang disusun secara internal, yang seringkali dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan produktivitas dan menekan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk/jasa.

#### 5. *Value-Based Approach* (Pendekatan Berdasarkan Nilai)

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*, yakni tingkat kinerja “terbaik” atau yang sepadan dengan harga yang dibayarkan. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki

kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi, yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*). Contohnya, mobil ekonomis berkualitas berbeda dengan mobil mewah berkualitas. Demikian pula halnya potong rambut seharga Rp10.000 yang berkualitas tentu beda dengan potong rambut Rp100.000 yang berkualitas.

### **2.2.1 Manfaat kualitas**

Umumnya, biaya untuk menciptakan produk berkualitas jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas. Adanya penekanan biaya dikarenakan adanya kemampuan dalam mewujudkan produk berkualitas tinggi yang akan menghasilkan keunggulan kompetitif berupa peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis. Selanjutnya, kedua faktor tersebut dapat memberikan sarana dan dana bagi investasi lebih lanjut dalam hal penyempurnaan kualitas, contohnya untuk keperluan riset dan pengembangan. Secara ringkas, menurut Tjiptono dan Chandra (2005, 116) manfaat kualitas superior meliputi:

1. loyalitas pelanggan lebih besar
2. Pangsa pasar lebih besar
3. Harga saham lebih tinggi
4. Harga jual produk/jasa lebih tinggi
5. Produktivitas lebih besar.

Semua manfaat tersebut pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing bagi organisasi yang mengupayakan pemenuhan kualitas.

### **2.3 Pelayanan**

Menurut Kotler (2002: 83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Sedangkan pelayanan menurut Usmara (2003: 231) merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Pelayanan juga memiliki definisi yaitu suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Mahmoedin, 2010: 2).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, pelayanan merupakan suatu tindakan yang dapat menghubungkan antara satu pihak dengan pihak lainnya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution (2004: 47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat dilihat dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan nyata yang mereka peroleh dengan pelayanan yang mereka harapkan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan sangat memuaskan, serta berlaku sebaliknya.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas pelayanan menjadi buruk menurut Tjiptono (2012: 178) yaitu:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik dari jasa/layanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan

kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas seperti; tidak terampil dalam melayani pelanggan, cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks, tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan, bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan pelanggan dan karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yang berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhinya antara lain: upah rendah, pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, motivasi kerja karyawan rendah dan lain-lain.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan wajah organisasi. Agar mereka dapat melayani pelanggan secara efektif mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama

manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, R&D atau *Reasearch&Development* dan SDM atau Sumber Daya Manusia). Dukungan tersebut bisa berupa peralatan (perkakas, material, pakaian seragam), pelatihan keterampilan, maupun informasi misalnya prosedur operasi. Selain itu adalah unsur pemberdayaan (*empowerment*), baik kepada karyawan *front-line* maupun manajer.

#### 4. Gap komunikasi

Gap-gap dalam komunikasi bisa berupa:

- a. Penyedia layanan memberikan janji berlebih, sehingga tidak mampu memenuhinya.
- b. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur, perubahan susunan barang di rak pajangan pasar swalayan. Perubahan kemasan, perubahan harga dan lain-lain.
- c. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
- d. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan/atau saran serta pelanggan.

5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama  
Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan  
Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk. Di sisi lain, bila terlampau banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.
7. Visi bisnis jangka pendek  
Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan dan

lain-lain) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang. Sebagai contoh, kebijakan sebuah bank untuk menekan biaya dengan cara menutup sebagian kantor cabangnya akan mengurangi tingkat akses bagi para nasabahnya, yang pada gilirannya bisa menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan persepsi negatif terhadap kualitas layanan bank bersangkutan.

Strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012: 182) adalah:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan  
Upaya pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi layanan/jasa spesifik. Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi penilaian yang diberikan pelanggan sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.
2. Mengelola ekspektasi pelanggan  
Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Pada gilirannya akan memperbesar kemungkinan tidak terpenuhinya ekspektasi pelanggan oleh penyedia layanan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pegangan yaitu “jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan.”

### 3. Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena itu, pelanggan lebih cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible* yang berkaitan dengan layanan sebagai bukti kualitas.

### 4. Mendidik konsumen tentang layanan

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah layanan merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan yang lebih “terdidik” akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan lebih memahami peran serta kewajibannya dalam proses penyampaian layanan. Oleh karenanya, kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi.

### 5. Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan. Agar budaya kualitas dapat ditumbuhkembangkan dalam sebuah organisasi, diperlukan komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi.

#### 6. Menciptakan *automating quality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas layanan yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Akan tetapi, sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, penyedia layanan wajib mengkaji secara mendalam aspek-aspek yang membutuhkan sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*). Keseimbangan antara *high touch* dan *high tech* sangat dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien.

#### 7. Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik. Dalam rangka itu, perusahaan perlu berinisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan (tergantung skala bisnis perusahaan) guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Perusahaan dapat pula mengupayakan kemudahan dan kenyamanan bagi para pelanggan dalam berkomunikasi dengan pihak manajemen maupun karyawan kontak, sehingga mereka bisa menyampaikan kebutuhan spesifik, keluhan dan/atau saran konstruktif.

## 8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Sistem informasi kualitas layanan (*service quality information system*) merupakan sistem yang mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas layanan guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan dan pesaing. Pengembangan sistem informasi kualitas layanan berupa mendengarkan “suara pelanggan” merupakan hal yang harus dilakukan perusahaan. Untuk memahami suara pelanggan diperlukan riset mengenai ekspektasi dan persepsi, baik pelanggan maupun non-pelanggan. Melalui riset semacam ini akan didapatkan informasi tentang kekuatan dan kelemahan layanan perusahaan berdasarkan sudut pandang pelanggan yang memanfaatkan atau menggunakan layanan.

### **2.5 Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan**

Model kualitas layanan terpopuler hingga saat ini yang banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (singkatan dari *service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Pada tahun 1985, 1988, 1990, 1991, 1993 sampai 1994, terhadap enam sektor jasa dalam serangkaian penelitian mereka, yaitu: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal,

perbankan ritel dan pialang sekuritas. Menurut Oliver, model ini juga dikenal dengan istilah *Gap Analysis Model* yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancaman diskonfirmasi (Tjiptono, 2012: 196). Ancangan tersebut menjelaskan bahwa bila kinerja pada sebuah atribut (*attribute performance*) lebih besar daripada ekspektasi (*expectations*) atas atribut yang bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas layanan akan positif dan berlaku sebaliknya.

Model SERVQUAL sering diterapkan di berbagai perusahaan dan industri. Popularitas survei ini dikarenakan memiliki sejumlah keunggulan (Tjiptono: 2012, 197), berupa:

1. Instrumennya telah berkembang menjadi semacam standar untuk penilaian atas berbagai dimensi kualitas layanan.
2. Berbagai riset telah menunjukkan bahwa instrumen SERVQUAL sah (*valid*) untuk berbagai konteks layanan.
3. Riset juga mengindikasikan bahkan kuesioner SERVQUAL andal (*reliable*)
4. Instrumennya memenuhi kriteria parsimoni, karena hanya terdiri atas 22 item, sehingga bisa diisi dengan cepat oleh responden.
5. Instrumen ini memiliki prosedur analisis baku yang memudahkan interpretasi hasil.

Pada awalnya tahun 1985, Parasuraman, Zeithaml dan Berry meneliti sejumlah industri jasa berupa perbankan, jasa kartu

kredit, reparasi dan pemeliharaan serta jasa telepon interlokal. Mereka berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas layanan, yaitu: reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Dalam penelitian selanjutnya di tahun 1988, mereka menemukan adanya *overlapping* di antara beberapa dimensi di atas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya yaitu, reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*) (Tjiptono: 2012, 174).

### 2.5.1 Reliabilitas (*Reliability*)

Reliabilitas (*reliability*), berkenaan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali (Tjiptono, 2012: 174). Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab termasuk karyawan sopan dan ramah. Jika hal tersebut diimplemantasikan dengan baik maka pelanggan akan merasa dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman

dalam menjalankan aktivitas muamalah/perniagaan. Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam Al-Quran surah Al-ahzab ayat 21:

أَلْقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ  
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا (21)

Artinya: *“Sesungguhnya, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah”* (Q.S. Al-Ahzab [33]:21).

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal atau reliabel, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001: 48).

Inti pelayanan kehandalan atau reliabilitas adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi

dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya (Parasuraman, 2001: 101).

Menurut zeithaml (dalam jurnal Hardiansyah, 2011) dimensi kehandalan atau reliabilitas memiliki indikator yaitu:

- a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
- c. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorious (2011: 232), dimensi realibilitas memiliki indikator, berupa:

- a. Dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan pelanggan.
- b. Menyampaikan layanan secara benar sejak pertama kali.
- c. Menyampaikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan
- d. Menyimpan catatan atau dokumen tanpa salah.

### **2.5.2 Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Daya Tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera

(Tjiptono, 2012: 175). Islam mengajarkan untuk selalu menepati komitmennya, sebagai contoh suatu perusahaan yang harus menepati segala janji, visi dan misinya. Jika perusahaan tidak bisa berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko akan timbul disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai firman Allah dalam Al-Quran Surah Al-Maidah ayat 1, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ .... (1)

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu....”* (Q.S. Al-Maidah [5]:1).

Islam juga menuntut seseorang maupun perusahaan untuk bersikap profesionalisme dalam melakukan sesuatu. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (7)

Artinya: *“maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh”* (Q.S. Al-Insyirah [94]:7).

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak

diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001:52).

Menurut zeithaml (dalam jurnal Hardiansyah, 2011) dimensi daya tanggap memiliki indikator yaitu:

- a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat
- c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
- d. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas

Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorius (2011: 232), dimensi daya tanggap memiliki indikator, berupa:

- a. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
- b. Layanan segera/cepat bagi pelanggan.
- c. Ketersediaan untuk membantu pelanggan.
- d. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

### **2.5.3 Jaminan (*Assurance*)**

Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan (*confidence*) pelanggan (Tjiptono, 2012: 175). Hal ini sesuai dengan firman

Allah SWT. dalam Al-Quran surah Asy-syu'ara' 181-182 dan ali-'imran 159.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

(182)

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus (Q.S. Asy-syu'ara' [26]:181-182).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (159)

Artinya: “Maka berkat rahmat dari Allah-lah kamu (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Q.S. Ali-'Imran [3]:159).

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69).

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda dengan pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003: 201).

Menurut zeithaml (dalam jurnal Hardiansyah, 2011) dimensi jaminan memiliki indikator yaitu:

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorious (2011: 232), dimensi jaminan memiliki indikator, berupa:

- a. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan
- b. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi.
- c. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan.
- d. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.

#### 2.5.4 Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono, 2012: 175). Bentuk perhatian yang diajarkan Islam harus dilandaskan pada keimanan dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT. dan menjalankan perintah-Nya yaitu berbuat baik kepada orang lain. Allah SWT. berfirman dalam surah An-Nahl ayat 90, sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (90)

Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”* (Q.S. An-Nahl [16]:90).

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian (*empathy*) dalam menyelesaikan, mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001: 40).

Empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani (Subekti, 2017).

Menurut zeithaml (dalam jurnal Hardiansyah, 2011) dimensi empati memiliki indikator yaitu:

- a. Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah

- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorious (2011: 232), dimensi empati memiliki indikator, berupa:

- a. Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan
- b. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian dan mengutamakan kepentingan pelanggan
- c. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
- d. Waktu beroperasi (jam kerja) yang nyaman

### **2.5.5 Bukti Fisik (*Tangible*)**

Bukti Fisik (*tangible*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan (Tjiptono, 2012: 175). Bukti fisik adalah tampilan sesungguhnya dari suatu organisasi atau perusahaan yang akan menjadi identitasnya dan menjadi pendorong munculnya persepsi dari pelanggan. Suatu perusahaan atau organisasi harus memperhatikan tampilan atau fisik bangunan, pengelola maupun karyawannya. Penampilan fisik seorang pengelola dan karyawan dituntut dengan berbusana santun, beretika, dan syar'i. Hal tersebut dijelaskan oleh Allah SWT. dalam surah Al-A'raf ayat 26, sebagai berikut:

يُنَبِّئِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُورِي سَوْءَ بَعْثِكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ (26)

Artinya: “*Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.*” (Q.S. Al-A’raf [7]:26).

Allah SWT. melarang menonjolkan kemewahan seperti penampilan fisik gedung maupun fasilitas yang tersedia. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. pada surah At-Takātsur Ayat 1-5, sebagai berikut:

الْهَلِكُمْ التَّكَاثُرُ (1) حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ (2) كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (3) ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (4) كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ (5)

Artinya: “*Bermegah-megahan telah melalaikan kamu; Sampai kamu masuk ke dalam kubur; Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu); Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui; Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin*” (Q.S. At-Takātsur [102]:1-5).

Martul (2004: 49) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata

yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi dan menunjukkan suatu tampilan (*performance*) yang cakap, berwibawa dan memiliki integritas yang tinggi sebagai suatu wujud dari prestasi kerja yang ditunjukkan kepada orang yang mendapat pelayanan.

Standar Pelayanan Pengguna Jasa Bandar Udara menurut PM Menteri Perhubungan Nomor 178 Tahun 2015 (Subekti, 2017), merupakan fasilitas yang digunakan pada proses keberangkatan dan kedatangan penumpang yang disebut sebagai tingkat pelayanan, fasilitas yang memberikan kenyamanan terhadap penumpang, fasilitas yang memberikan nilai tambah berupa layanan tambahan dan kapasitas terminal bandar udara dalam menampung penumpang pada jam sibuk sebagai prakiraan awal kebutuhan pengembangan fasilitas.

Fasilitas yang digunakan pada proses keberangkatan dan kedatangan penumpang meliputi: pemeriksaan penumpang dan bagasi, pelayanan check-in, imigrasi keberangkatan, imigrasi kedatangan, pelayanan bea cukai, ruang tunggu keberangkatan dan pelayanan bagasi.

Fasilitas yang memberikan kenyamanan pada penumpang meliputi: pengkondisian suhu, pengkondisian cahaya, kemudahan pengangkutan bagasi, kebersihan, pelayanan informasi, toilet, tempat parkir dan fasilitas bagi pengguna berkebutuhan khusus.

Fasilitas yang memberikan nilai tambah meliputi: musholla, *nursery*, fasilitas berbelanja, restoran, ruang merokok, ruang bermain anak, ATM/money changer, internet/wifi, fasilitas pembelian tiket, *changing station*, fasilitas air minum dan lounge eksekutif.

Menurut zeithaml (dalam jurnal Hardiansyah, 2011) dimensi bukti fisik memiliki indikator yaitu:

- a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
- d. Kemudahan proses dan akses layanan
- e. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorius (2011: 232), dimensi bukti fisik memiliki indikator, berupa:

- a. Peralatan modern
- b. Fasilitas yang berdaya tarik visual
- c. Karyawan yang berpakaian rapi dan profesional
- d. Materi-materi yang berkaitan dengan layanan yang berdaya tarik

- e. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan

## **2.6 World Halal Tourism Award**

*World Halal Tourism Award* (WHTA) adalah suatu penghargaan yang diberikan kepada mereka yang terbaik dalam industri perjalanan dan pariwisata halal internasional. Penghargaan ini dibentuk dan diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Budaya Abu Dhabi sejak tahun 2015. Para nominator dalam penghargaan tersebut harus memenuhi kriteria penghargaan yang sesuai dengan *Global Muslim Travel Index* (GMTI), dimana indeks ini adalah acuan otoritatif tentang semua aspek perjalanan yang ramah halal.

### **2.6.1 Kebutuhan Wisatawan Muslim**

Enam kebutuhan berbasis agama diidentifikasi oleh MasterCard-CrescentRating (2018) sebagai area utama bagi wisatawan muslim. Sementara sebagian besar wisatawan muslim mematuhi beberapa kebutuhan ini, tingkat kepentingan bervariasi di kalangan umat Islam.

1. Makanan Halal: Makanan halal adalah layanan paling penting yang dicari oleh wisatawan Muslim ketika bepergian. Penerimaan berbagai tingkat jaminan makanan halal bervariasi di antara umat Islam. Akseptabilitas juga bervariasi tergantung pada wilayah mana wisatawan Muslim berasal. Memiliki gerai makanan dengan jaminan

halal yang tepat yang mudah diidentifikasi adalah pilihan yang disukai oleh para pengunjung muslim.

2. Fasilitas Shalat: Shalat adalah salah satu elemen sentral dari praktik dan ibadah dalam Islam dan Shalat adalah rukun Islam yang kedua. Menurut laporan Pusat Penelitian Pew, 63% muslim melakukan sholat lima waktu. Saat bepergian, beberapa dari mereka akan menggabungkan beberapa Shalat dan melakukannya tiga kali sehari. Untuk memenuhi kebutuhan ini, layanan dan fasilitas yang sering dikunjungi oleh wisatawan muslim harus dilengkapi dengan ruang shalat. Pertimbangan penting lainnya adalah ritual pembersihan yang disebut sebagai Wudhu. Wudhu dilakukan sebelum seorang muslim melakukan sholatnya. Ini membutuhkan ruang shalat untuk memiliki fasilitas "cuci kaki".
3. Kamar kecil yang ramah penggunaan air: Bagi umat Islam, air memainkan peran kunci dalam kemurnian dan kebersihan, yang keduanya merupakan aspek inti dari iman. Kebersihan fisik ditekankan sebagai komponen penting untuk menjadi seorang muslim. Dengan demikian, perhatian khusus diberikan kepada kebersihan di kamar kecil. Hal ini juga memerlukan penggunaan air di toilet dan bagi wisatawan muslim tidak menyenangkan bila pengaturan untuk penggunaan air tidak tersedia.

4. Layanan Ramadhan: Meskipun orang muslim cenderung tidak melakukan perjalanan selama bulan Ramadhan, masih banyak yang ingin menghabiskan waktu ini jauh dari rumah, terutama jika periode ini bertepatan dengan liburan sekolah. Selain itu, umat muslim juga mengambil liburan selama dua festival muslim. Destinasi yang ingin menarik wisatawan muslim selama periode ini harus dapat mengakomodasi kebutuhan khusus mereka selama bulan puasa. Contohnya adalah catering makanan Halal sebelum fajar oleh hotel.
5. Tidak Ada Aktivitas Non-Halal: muslim menganggap beberapa kegiatan sebagai haram atau non-halal. Ketika datang untuk bepergian, ini umumnya berpusat pada membutuhkan lingkungan yang ramah keluarga. Dengan demikian, beberapa muslim akan lebih memilih untuk menghindari fasilitas yang melayani alkohol, memiliki diskotik atau berdekatan dengan tempat perjudian.
6. Fasilitas dan Layanan Rekreasi bersifat Privasi: Sub-segmen wisatawan muslim juga mencari fasilitas rekreasi yang memberikan privasi bagi pria dan wanita. Ini termasuk kolam renang dan pusat kebugaran yang memberikan privasi untuk penggunaan pria dan wanita serta pantai yang menyediakan area untuk pria dan wanita untuk menikmati privasi.

Untuk memenuhi kebutuhan di atas dari perspektif layanan, penyedia layanan dapat melihat pengelompokan kebutuhan ini menjadi "Harus dimiliki", "Baik untuk dimiliki" dan "Dapat dimiliki", dimana:

- a. Harus dimiliki: Layanan makanan halal dan Shalat (doa)
- b. Baik untuk dimiliki: Wastafel ramah penggunaan air, layanan dan fasilitas Ramadhan (puasa)
- c. Dapat dimiliki: Tidak ada kegiatan non-halal dan fasilitas serta layanan rekreasi yang bersifat privasi

### **2.6.2 MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI)**

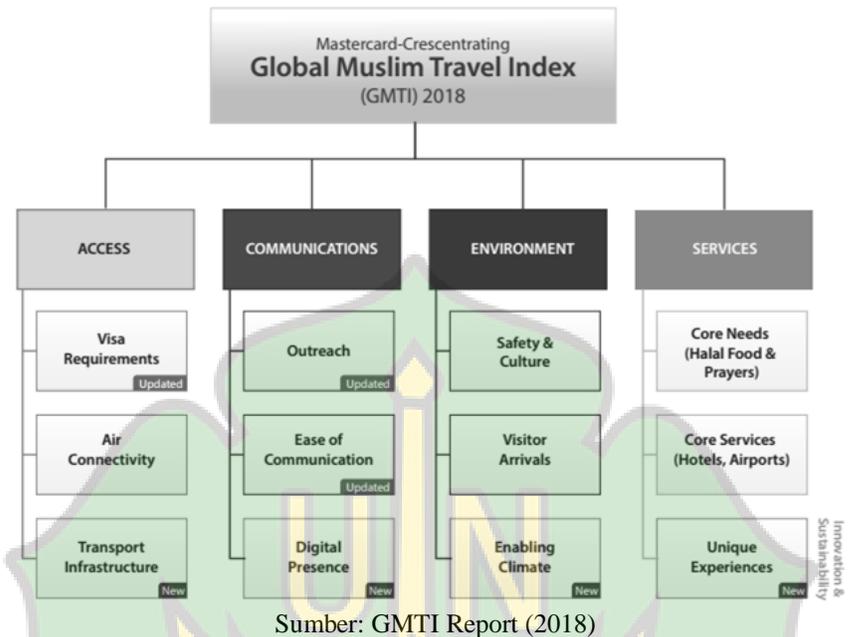
CrescentRating adalah perusahaan yang memiliki otoritas terkemuka dalam perjalanan yang ramah halal. Perusahaan ini menggunakan wawasan, kecerdasan industri, gaya hidup, perilaku dan penelitian tentang kebutuhan wisatawan muslim untuk memberikan panduan otoritatif tentang semua aspek perjalanan yang ramah halal kepada organisasi atau perusahaan di seluruh dunia.

Dibentuk pada tahun 2008, layanan CrescentRating digunakan oleh setiap tingkatan industri pariwisata secara global dari badan pemerintah dan agen pariwisata hingga penyedia layanan perhotelan untuk menginformasikan bagaimana mereka dapat memenuhi dan melayani kebutuhan para wisatawan muslim.

CrescentRating juga melakukan kerja sama dengan perusahaan MasterCard dalam membuat panduan otoritatif yang ramah halal. MasterCard adalah perusahaan teknologi yang beroperasi disektor industri pembayaran global. MasterCard mengoperasikan jaringan pemrosesan pembayaran tercepat di dunia, menghubungkan konsumen, lembaga keuangan, pedagang, pemerintah dan bisnis di lebih dari 210 negara dan wilayah. Produk dan solusi MasterCard membuat kegiatan perdagangan sehari-hari seperti berbelanja, bepergian, menjalankan bisnis, dan mengelola keuangan lebih mudah, lebih aman dan lebih efisien untuk semua orang.

Sejak 2011, CrescentRating telah menganalisis pasar perjalanan halal. GMTI 2018 telah mengadopsi serangkaian pengukuran terbaru untuk lebih menunjukkan tingkat perjalanan yang bersahabat dengan muslim dari setiap tujuan. Faktor-faktor ini terus-menerus ditinjau agar tetap relevan baik untuk saat ini maupun masa depan. Pada 2018 empat kriteria baru dimasukkan sementara tiga kriteria yang ada diperbarui.

Perubahan ini berfungsi untuk memperkuat GMTI sambil tetap setia pada tujuan yang mendasari indeks yang menyediakan suatu tolok ukur yang komprehensif di sejumlah kriteria penting bagi wisatawan muslim. GMTI juga bertujuan untuk melacak kesehatan dan pertumbuhan segmen perjalanan serta bertujuan untuk menjadi patokan layanan yang memberi tawaran untuk memenuhi persyaratan wisatawan Muslim.



**Gambar 2. 1 Bagan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018**

Pengukuran yang digunakan dalam GMTI 2018 berpusat di sekitar empat tema berikut:

1. Akses (10%): Tingkat akses ke setiap tujuan telah diperluas untuk menyertakan tingkat infrastruktur transportasi yang ada di daerah tersebut. Hal tersebut termasuk udara, infrastruktur darat dan pelabuhan yang sangat penting dalam mengakses tujuan. Skor persyaratan visa juga telah diperbarui.

Adapun indikator akses menurut *Global Muslim Travel Index* (2018) adalah:

- a. Mudah mendapatkan akses VISA

- b. Terdapat banyak rute yang dapat diakses untuk bepergian ke suatu tempat
- c. Infrastruktur transportasi baik dan memadai untuk jangka panjang

Peneliti memasukkan dimensi akses ini kedalam dimensi empati (*empathy*) sesuai dengan pernyataan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988 dimana pada penelitian mereka terjadi *overlapping* di antara beberapa dimensi, oleh karena itu mereka menyatukan dimensi akses menjadi dimensi empati (Tjiptono, 2012: 174).

2. Komunikasi (15%): Bobot indikator komunikasi telah ditingkatkan dari 10% dalam GMTI 2017 hingga 15% di GMTI 2018 untuk mencerminkan pengaruh komunikasi yang meningkat dalam memfasilitasi wisatawan Muslim. Kehadiran digital sekarang diperhitungkan untuk menandai pentingnya internet dan inisiatif media. Ini juga sejalan dengan meningkatnya kebutuhan dalam menggunakan digital kreatif *touch points* untuk bertemu dan melayani perjalanan Muslim yang semakin *tech-savvy*. Selain itu, kemudahan komunikasi bahasa yang digunakan oleh 30 pasar *outbound* Muslim telah direvisi untuk sekarang termasuk Arab, Inggris, Melayu, Bahasa Indonesia, Turki, Rusia, Prancis, Urdu/Hindi, Bahasa Persia dan Jerman.

Adapun indikator komunikasi menurut *Global Muslim Travel Index* (2018) adalah:

- a. Adanya kesadaran dan penjangkauan yang memadai tentang kebutuhan Muslim yang melakukan perjalanan
- b. Mudah berkomunikasi dari tempat asal sampai tempat tujuan
- c. Destinasi tujuan dapat ditemui/ada di platform digital

Pada dimensi ini, peneliti memasukkan dimensi komunikasi kedalam dimensi empati (*empathy*) sesuai dengan pernyataan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988 dimana penelitian mereka terjadi *overlapping* di antara beberapa dimensi, oleh karena itu mereka menyatukan dimensi komunikasi menjadi dimensi empati (Tjiptono, 2012: 174).

3. Lingkungan (30%): Iklim yang memungkinkan dalam perjalanan termasuk bisnis, hukum, tingkat pendidikan, penelitian dan pengembangan dan penggunaan teknologi informasi juga merupakan faktor penting untuk inovasi dan keberlanjutan.

Adapun indikator lingkungan menurut *Global Muslim Travel Index* (2018) adalah:

- a. Iklim aman dan cocok untuk pengunjung Muslim
- b. Destinasi tujuan dapat menarik pasar Muslim secara signifikan

- c. Destinasi tujuan telah mengembangkan level institusi, penelitian, pendidikan dan teknologi

Indikator di atas mengarah kepada keamanan yang didapatkan oleh pengunjung Muslim. Hal tersebut mendasari peneliti untuk memasukkan dimensi lingkungan ini ke dalam dimensi jaminan (*assurance*) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry pada tahun 1988 (Tjiptono, 2012: 174).

4. Layanan (45%): Bobot indikator layanan telah meningkat dari 40% di GMTI 2017 menjadi 45% di GMTI 2018 untuk menandakan semakin pentingnya titik kontak layanan bagi wisatawan Muslim. Melalui pengelompokan kebutuhan penyedia layanan yaitu “Harus dimiliki” layanan yang melayani kebutuhan berbasis inti para wisatawan Muslim, “Baik untuk dimiliki” dan “Dapat dimiliki”. Layanan yang diberikan harus mampu memberikan pengalaman unik yang dapat membedakan setiap tujuan dan yang dapat menarik bagi wisatawan Muslim yang mencari autentik, lebih terjangkau dan mudah diakses.

Adapun indikator layanan menurut *Global Muslim Travel Index* (2018) adalah:

- a. Terdapat beragam pilihan tempat makan dengan jaminan halal
- b. Mudah melaksanakan Shalat

- c. Fasilitas bandara ramah untuk Muslim
- d. Akomodasi memenuhi kebutuhan Muslim
- e. Pengunjung mendapatkan pengalaman unik saat berada di destinasi tujuan

Indikator di atas mengarah kepada bukti fisik dan fasilitas yang didapatkan oleh pengunjung Muslim. Hal tersebut mendasari peneliti untuk memasukkan dimensi layanan ini ke dalam dimensi bukti fisik (*tangible*) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry pada tahun 1988 (Tjiptono, 2012: 174).

## **2.7 Kepuasan Pelanggan**

Kata “kepuasan pelanggan” sering kali dijumpai dalam visi dan misi suatu organisasi bisnis maupun non bisnis yang diiklankan atau dijadikan sebagai slogan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai.’

Disamping itu, menurut Kotler&Keller (dalam buku Tjiptono, 2014) menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Dalam buku Tjiptono (2014: 353) beberapa pakar mendefinisikan kepuasan dengan berbagai bentuk, seperti Howard dan Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah

situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Westbrook dan Reilly berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli) serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual. Sedangkat menurut Cadotte, et al. mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Kotler dan Keller (2009: 177) juga memberikan definisi bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Sedangkan menurut Rangkuti (2002: 30), kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Dari berbagai pendapat yang dikonsepsikan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon yang ditunjukkan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan, maka pelanggan akan kurang puas bahkan tidak puas. Namun sebaliknya, bila hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Bahkan, bila kinerja perusahaan atau organisasi melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

### **2.7.1 Jenis-Jenis Harapan Konsumen Untuk Jasa**

Teori kepuasan konsumen selalu didasarkan kepada upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan (harapan) dengan keadaan yang dihadapi (realita) bahkan upaya dalam peniadaan gap tersebut. Harapan konsumen dapat dibentuk melalui komunikasi perusahaan dengan konsumen. Selanjutnya, harapan tersebut dapat meningkat atau bahkan menurun, setelah konsumen berkomunikasi atau berinteraksi dengan konsumen lain. Hal ini disebut sebagai Gap Kualitas jasa. I R Y

Motivasi konsumen untuk menutup gap kualitas jasa, lebih besar daripada untuk barang. Dengan cara yang sama, harapan mereka menentukan sikap pembelian mereka. Maka ada jenis-jenis harapan konsumen untuk jasa yang harus diketahui oleh suatu perusahaan atau organisasi, diantaranya adalah (Tim Dosen Profesional, 2013: 63):

1. Konsumen yang selalu berpikir ekonomis

Konsumen jenis ini, mengharapkan untuk senantiasa memaksimalkan manfaat atau nilai yang diperolehnya dari waktu, upaya dan uang yang telah dikeluarkannya. Dia menuntut dan kadang-kadang mau bertindak, sebagai konsumen yang mencari manfaat atau nilai yang akan menjadi ujian bagi kekuatan kompetitif suatu perusahaan jasa di pasarnya. Kehilangan konsumen jenis ini merupakan peringatan bagi ancaman kompetitif potensial.

2. Konsumen yang etis

Konsumen jenis ini merasa bahwa bekerjasama dengan kelompok atau perusahaan tertentu merupakan kewajiban moral. Perusahaan yang telah membangun reputasi untuk pelayanan masyarakat, dapat menggunakan perasaan ini untuk menciptakan loyalitas konsumen.

3. Konsumen yang membutuhkan pelayanan personal

Konsumen jenis ini, menghendaki kepuasan (*gratification*) personal, seperti pengakuan dan perlindungan dari pengalaman jasanya. Misalnya dengan penyebutan nama konsumen (“Selamat Pagi Pak Ardi...”) yang sudah menjadi elemen penting dari restoran yang memposisikan dirinya sebagai “tetangga” para konsumennya.

4. Konsumen Kenyamanan

Konsumen jenis ini, tidak tertarik untuk *shopping* jasa sebaliknya kenyamanan adalah resep rahasia untuk

menarik mereka. Konsumen kenyamanan, sering mau membayar ekstra untuk pelayanan yang personal atau istimewa. Contohnya supermarket yang mengantar barang sampai kerumah konsumen, mungkin akan cocok dengan konsumen ini.

### **2.7.2 Pengukuran Kepuasan**

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat esensial bagi suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan pengevaluasian strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Beberapa metode yang dapat dijadikan pengukuran untuk melihat kepuasan pelanggan menurut Kotler (dalam buku Tjiptono dan Diana, 2003) yaitu:

1. Sitem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, contohnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, *customer hot lines* dan lain-lain. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

## 2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

## 3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting. Peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

## 4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Hal ini karena melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan

menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti: "Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan X pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, indifferen, puas, sangat puas" (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden juga dapat diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived satisfaction*).
- c. Metode lain adalah dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka miliki dengan penawaran dari perusahaan dan untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Selain itu responden juga dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam

masing-masing elemen  
(*importance/performance ratings*).

### 2.7.3 Indikator Kepuasan

Minkiewicz et al., (dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018) menggunakan lima indikator dalam mengukur kepuasan konsumen, antara lain:

1. Rasa senang berdasarkan pengalaman  
Hal ini dapat ditunjukkan dengan perasaan senang atas pengalaman seorang pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha tertentu.
2. Sesuai dengan harapan  
Hal ini merupakan harapan-harapan pelanggan atas produk atau jasa. Jika harapan-harapan tersebut dapat dipenuhi, maka pelanggan akan merasa puas.
3. Senang dengan keputusannya  
Jika pelanggan merasa keputusannya untuk memilih produk dan jasa tersebut tepat dan benar, maka pelanggan akan senang dan puas.
4. Persepsi kinerja perusahaan  
Suatu kepercayaan tingkat tinggi yang ada pada seorang pelanggan, akan membuat sebuah persepsi dalam dirinya tentang kinerja secara keseluruhan sebuah badan usaha tertentu. Persepsi tersebut akan membuat seorang pelanggan dengan senang hati

memberitahu orang lain atas kepuasan yang didapatkannya.

5. Pelayanan dan harga yang sesuai

Apabila penyedia jasa memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik dan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan, maka pelanggan juga merasa puas.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa pihak sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi penelitian yang diteliti oleh penulis. Beberapa penelitian tersebut diantaranya yaitu:

**Rusda Irawati, Aditya Wirangga, dan Shinta Wahyu Hati “Analisa Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Hang Nadim Batam”**

Jenis penelitian Ruda Irawati, dkk adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan (1) Untuk mengetahui sejauhmana besaran tingkat kepuasan penumpang Bandara Hang Nadim Batam diukur dari dimensi kualitas layanan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, (2) Untuk mengetahui bagaimana usaha yang dilakukan untuk memberikan layanan yang bisa meningkatkan kepuasan penumpang dan pengguna layanan Bandara Hang Nadim Batam. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi didapatkan kesimpulan bahwa, kepuasan pelanggan terbesar didapatkan dari dimensi *Reliability*,

*Assurance, Tangible, Emphaty and Responsiveness*. Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan adalah 48% dan pengaruh dari variabel di luar analisis penelitian sebesar 52%. Terdapat hubungan langsung yang signifikan antara variabel kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan, rata-rata 77% menyatakan puas, dengan urutan dimensi kualitas jasa responsif (85%), *tangible* (80%), *reliability* (80%), *assurance* (78%), dan *empathy* (73%). Secara umum, rata-rata kepuasan penumpang dan pengguna bandara Hang Nadim berada pada kategori 3 (cukup puas). Kategori intervalnya adalah pada level 0,75 sampai dengan 0,99.

**Muhammad Dhio Darus Kasyful Mahalli, S.E., M.Si**  
**“Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bandar Udara Internasional Kualanamu”**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari kuesioner dan wawancara langsung dengan pemberi informasi. Metode Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan Indeks Kepuasan Konsumen. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah menurut penggunaan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks Kepuasan Konsumen menunjukkan tingkat kepuasan penumpang terhadap kualitas Bandar Udara Internasional Kualanamu sebesar 63,6% yang berarti nilai ini berada pada katagori cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang yang menggunakan pelayanan di Bandar Udara Kualanamu merasa cukup puas dengan kinerja dan pelayanan yang diberikan.

**M. Taufiq Yuda Saputra dan A. Agung Gde Kartika**  
**“Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kinerja**  
**Pelayanan Terminal Makassar Metro Kota Makassar”**

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan realibilitas kuesioner. Analisis dilakukan dengan menghitung *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, uji T-test, *Analysis Of Variance* dan analisis korelasi. Hasil penelitian diperoleh nilai indeks kepuasan penumpang di dalam Terminal Makassar Metro 63,33 % yang masuk kriteria cukup puas, nilai indeks kepuasan penumpang di luar terminal 49,62 % yang masuk kriteria kurang puas dan nilai indeks kepuasan kru angkutan umum di Terminal Makassar Metro 65,31 persen yang masuk kriteria cukup puas atas kinerja pelayanan di terminal. Atribut pelayanan yang paling berpengaruh di Terminal Makassar Metro yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya antara lain waktu menunggu kedatangan dan keberangkatan angkutan umum, sistem informasi pelayanan, penertiban buruh bagasi dan calo, kondisi jalan, ruang tunggu, bengkel, ruang istirahat kru angkutan umum, tempat cuci angkutan umum, toilet dan penerangan di malam hari. Karakteristik penumpang di dalam terminal, penumpang di luar terminal dan kru angkutan umum di terminal memiliki hubungan dalam penilaian/persepsi terhadap atribut-atribut pelayanan yang dirasakan di Terminal Makassar Metro.

**Sitti Subekti dan Muhammad Herry Purnama**  
**“Analisis Kualitas Pelayanan Terminal Kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan”**

Penelitian ini dilakukan untuk menilai kualitas pelayanan terminal kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan berdasarkan persepsi pengguna jasa. Penelitian ini menggunakan Model Servqual dengan 5 dimensi yang terdiri dari 17 atribut jasa.

Terdapat 37 sampel pengguna jasa (*shipper*) yang terpilih secara acak. *Importance Performance Analysis*, analisis gap dan *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan terdapat 4 atribut jasa yang memerlukan prioritas utama perbaikan pelayanan. Analisis gap terhadap 5 dimensi pelayanan menunjukkan nilai negatif. Hal ini berarti kinerja terminal kargo tersebut masih berada di bawah tingkat kepentingan penggunaannya. Dimensi bukti fisik (*tangible*) dan empati merupakan dimensi pelayanan dengan nilai gap paling tinggi sebesar  $-0.93$ . Indeks kepuasan konsumen pelayanan terminal kargo sebesar 71.94% yang berarti memerlukan perhatian (*cause for concern*) dari penyedia jasa/pengelola terminal kargo.

**Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono**  
**“Analisis kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam membeli produk sop ayam Pak Min Klaten di Malang. Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan acak pada responden yang ditemui saat penelitian. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak seratus lima puluh pelanggan. Data dianalisis dengan analisis regresi berganda. Studi ini menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel nyata atau bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada kepuasan pelanggan. Studi ini juga menyimpulkan bahwa variabel nyata atau bukti fisik, keandalan dan empati adalah variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama / Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Rusda Irawati, Aditya Wirangga, dan Shinta Wahyu Hati / Analisa Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Hang Nadim Batam	Kuantitatif	Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan adalah 48%. Terdapat hubungan langsung yang signifikan antara variabel kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan,	Metode penelitian yang digunakan	Tempat penelitian, dan teknik penentuan sampelnya

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama / Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Secara umum, rata-rata kepuasan penumpang dan pengguna bandara Hang Nadim berada pada kategori 3 (cukup puas).		
2	Muhammad Dhio Darus Kasyful Mahalli, S.E., M.Si / Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bandar Udara Internasional Kualanamu	Kuantitatif	Menurut penggunaan metode Indeks Kepuasan Konsumen menunjukkan tingkat kepuasan penumpang terhadap kualitas Bandar Udara Internasional Kualanamu sebesar 63,6% yang berarti nilai ini berada pada katagori cukup puas	Variabel dependen yaitu kualitas layanan dan variabel independennya yaitu kepuasan penumpang	Lokasi penelitian, metodologi penelitian dan peneliti menambah beberapa indikator yang tercantum di dalam Global Muslim Travel Index 2018
3	M. Taufiq Yuda Saputra dan A. Agung Gde Kartika / Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa	<i>Mix Method</i> , penggabungan kuantitatif dan kualitatif	Nilai indeks kepuasan penumpang di dalam Terminal Makassar Metro 63,33% yang masuk kriteria cukup puas, nilai indeks kepuasan penumpang di luar terminal	Variabel penelitian yaitu kualitas layanan dan kepuasan penumpang.	Lokasi penelitian dan metode analisis data yang digunakan. Kemudian peneliti menambah beberapa indikator

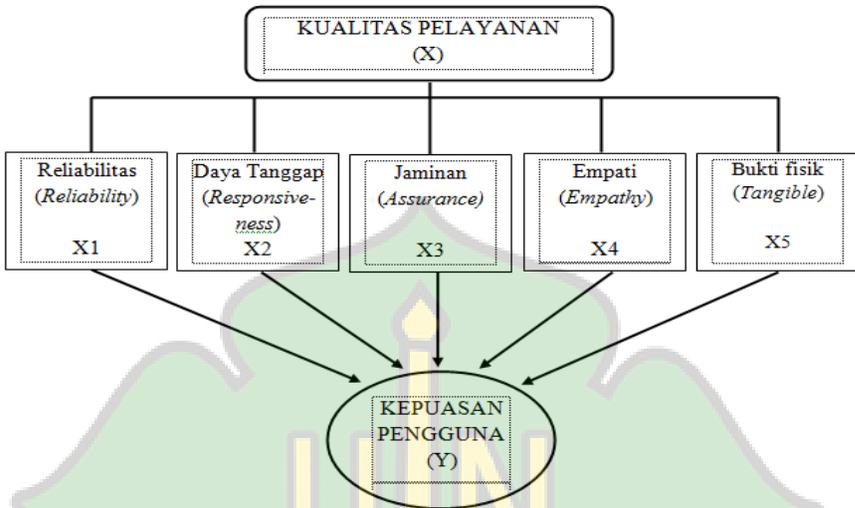
Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama / Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Terhadap Kinerja Pelayanan Terminal Makassar Metro Kota Makassar		49,62% yang masuk kriteria kurang puas dan nilai indeks kepuasan kru angkutan umum di Terminal Makassar Metro 65,31% yang masuk kriteria cukup puas. Terdapat 13 atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya		yang tercantum di dalam Global Muslim Travel Index 2018
4	Sitti Subekti dan Muhammad Herry Purnama / Analisis Kualitas Pelayanan Terminal Kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan	Kuantitatif	Terdapat 4 atribut jasa yang memerlukan prioritas utama perbaikan pelayanan. Analisis gap terhadap 5 dimensi pelayanan menunjukkan nilai negatif. Hal ini berarti kinerja terminal kargo tersebut masih berada di bawah tingkat kepentingan penggunaannya. Dimensi bukti fisik ( <i>tangible</i> )	Menganalisis kualitas layanan suatu bandar udara dengan menggunakan Model Servqual	Lokasi penelitian, indikator dan model penelitian.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama / Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>dan empati merupakan dimensi pelayanan dengan nilai gap paling tinggi. Indeks kepuasan konsumen pelayanan terminal kargo sebesar 71.94% yang berarti memerlukan perhatian (<i>cause for concern</i>) dari penyedia jasa/pengelola terminal kargo</p>		
5	<p>Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono / Analisis kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang</p>	Kuantitatif	<p>Adanya pengaruh signifikan antara variabel nyata atau bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada kepuasan pelanggan. Studi ini juga menyimpulkan bahwa variabel nyata atau bukti fisik, keandalan dan empati adalah variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan</p>	<p>Model penelitian, variabel dependen dan independen dan menggunakan Model Servqual sebagai indikator penelitian</p>	<p>lokasi penelitian, metode pengambilan sampelnya dan indikator</p>

## 2.9 Kerangka Berfikir



**Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran Gambar Penelitian**

## 2.10 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2014: 93). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>01</sub>: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh reliabilitas (*reliability*)

H<sub>a1</sub>: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh reabilitas (*reliability*)

- Ho2: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh daya tanggap (*responsiveness*)
- Ha2: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh daya tanggap (*responsiveness*)
- Ho3: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh jaminan (*assurance*)
- Ha3: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh jaminan (*assurance*)
- Ho4: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh empati (*empathy*)
- Ha4: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh empati (*empathy*)
- Ho5: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh bukti fisik (*tangible*)
- Ha5: Kepuasan pengguna Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh bukti fisik (*tangible*)

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Variabel-variabel tersebut dapat diukur dengan instrumen tertentu sehingga data yang berupa angka-angka dapat dianalisis sesuai dengan prosedur statistik.

### **3.2 Jenis data Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan satu sumber data, yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti dari sumbernya atau subyek penelitiannya (Mustafa, 2013: 92). Data primer penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu pelanggan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda yang sesuai dengan sampel penelitian.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan

kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011: 139).

Angket atau kuesioner penelitian ini diukur menggunakan skala *likert summated rating* atau sering dikenal dengan skala *likert*. Skala *likert* adalah teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pertanyaan (Noor, 2011: 128). Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel *reliability* (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*) mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5.

**Tabel 3. 1**  
**Skala Likert**

<b>Keterangan (jawaban)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2014)

Kemudian peneliti juga menyediakan alternatif jawaban untuk variabel kepuasan yaitu mulai dari sangat tidak puas hingga sangat puas dengan skor 1 sampai 5.

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

<b>Keterangan (jawaban)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Netral (N)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber: Sugiyono (2014)

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval pilihan rata-rata responden. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak lima kelas, dengan rumus yang digunakan menurut Sudjana(2005).

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana:

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah:

$$\text{Panjang kelas interval} = (5-1)/5 = 0,8$$

Maka kriteria dari penilaian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Interval Penilaian Jawaban Responden**

Keterangan (Pilihan)	Skor
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik (STB)
1,80 – 2,59	Tidak Baik (TB)
2,60 – 3,39	Kurang Baik (KB)
3,40 – 4,19	Baik (B)
4,20 – 5,00	Sangat Baik (SB)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2019).

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. (Bungin, 2013: 101). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan jasa Bandar Udara Sultan Iskandar Muda.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sangadji dan Sopiah, 2010: 186). Tidak semua populasi akan diteliti, maka hanya diperlukan sampel yang bersifat representatif (mewakili) saja.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling yaitu *nonprobability sampling*, dimana setiap anggota

populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel (Noor, 2011: 154). Teknik penentuan sampelnya berupa *purposive sampling* yaitu teknik dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna jasa yang beragama Islam, penumpang penerbangan domestik dan internasional, serta telah menggunakan jasa layanan Bandar Udara Internasional Iskandar Muda lebih dari sama dengan 3 kali.

Adapun penentuan jumlah sampel didasarkan pada pernyataan Roscoe (dalam buku Indrawan dan Yaniawati, 2014: 102), dimana aturan untuk menentukan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Jadi sampel yang akan dipilih untuk penelitian ini sebanyak 100 sampel.

### 3.5 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*), dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 RB + \beta_2 DT + \beta_3 JM + \beta_4 EM + \beta_5 BF + e \quad (3.1)$$

Dimana:

Y : Kepuasan Pelanggan

$\beta_0$  : Konstanta

RB : Reliabilitas (*Reliability*)

DT : Daya Tanggap (*Responsiveness*)

JM : Jaminan (*Assurance*)

EM : Empati (*Empathy*)

BF	: Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	: Koefisien Regresi
e	: Nilai error

### 3.6 Operasional Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2014: 59). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini dijabarkan dalam 5 item, yaitu:

##### a. Reabilitas (*Reability*) sebagai $X_1$

Reabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

##### b. Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebagai $X_2$

Daya tanggap adalah kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

##### c. Jaminan (*Assurance*) sebagai $X_3$

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan (*confidence*) pelanggan.

d. Empati (*Empathy*) sebagai  $X_4$

Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. Bukti Fisik (*Tangible*) sebagai  $X_5$

Bukti Fisik adalah penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 59). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu Kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda. Kepuasan pengguna (Y) adalah respon yang ditunjukkan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kurang puas bahkan tidak puas. Namun sebaliknya, bila hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Bahkan, bila kinerja perusahaan atau

organisasi melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

**Tabel 3. 4**  
**Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Reabilitas ( <i>Reability</i> ) sebagai $X_1$	Reabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011)</li> <li>b. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011)</li> <li>c. Dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan pelanggan (Tjiptono dan Gregorious, 2011: 232)</li> <li>d. Menyampaikan layanan secara benar sejak pertama kali (Tjiptono dan Gregorious, 2011: 232)</li> </ul>	Interval 1-5
2	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) sebagai $X_2$	Daya tanggap adalah kesediaan dan kemampuan penyedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011)</li> <li>b. Layanan segera/cepat bagi pelanggan</li> </ul>	Interval 1-5

Lanjutan Tabel 3.4

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera	(Tjiptono dan Gregorius 2011: 232) c. Kesigapan untuk merespon permintaan pelanggan (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232)	
3	Jaminan ( <i>Assurance</i> ) sebagai $X_3$	Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya ( <i>trust</i> ) dan keyakinan ( <i>confidence</i> ) pelanggan.	a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011) b. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232) c. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232) d. Iklim aman dan cocok untuk pengunjung Muslim (GMTI, 2018) e. Destinasi tujuan dapat menarik pasar Muslim secara signifikan (GMTI, 2018)	Interval 1-5

Lanjutan Tabel 3.4

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
4	Empati ( <i>Empathy</i> ) sebagai X <sub>4</sub>	Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.	<p>a. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011)</p> <p>b. Waktu beroperasi (jam kerja) yang nyaman (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232)</p> <p>c. Mudah mendapatkan akses VISA (GMTI, 2018)</p> <p>d. Terdapat banyak rute yang dapat diakses untuk bepergian ke suatu tempat (GMTI, 2018)</p> <p>e. Mudah berkomunikasi dari tempat asal sampai tempat tujuan (GMTI, 2018)</p> <p>f. Destinasi tujuan dapat ditemui/ada di platform digital (GMTI, 2018)</p>	Interval 1-5
5	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) sebagai X <sub>5</sub>	Bukti Fisik adalah penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber	<p>a. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan (Zeithaml dalam jurnal Hardiansyah, 2011)</p> <p>b. Peralatan modern (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232)</p> <p>c. Fasilitas yang berdaya tarik visual (Tjiptono dan Gregorius, 2011: 232)</p>	Interval 1-5

Lanjutan Tabel 3.4

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.	d. Terdapat beragam pilhan tempat makan dengan jaminan halal (GMTI, 2018) e. Mudah melaksanakan Shalat (GMTI, 2018)	
6	Kepuasan pelanggan (Y)	respon yang ditunjukkan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya	a. Rasa senang berdasarkan pengalaman (Minkiewicz et al., dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018) b. Sesuai dengan harapan (Minkiewicz et al., dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018) c. Senang dengan keputusannya (Minkiewicz et al., dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018) d. Persepsi kinerja perusahaan (Minkiewicz et al., dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018) e. Pelayanan dan harga yang sesuai (Minkiewicz et al., dalam jurnal Fajar dan Irawati, 2018)	Interval 1-5

Sumber: Data diolah oleh penulis (2019).

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya ingin diukur (Mustafa, 2013: 164). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Oleh karena itu, uji validitas digunakan untuk melihat apakah kuesioner yang disusun dapat mengukur objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dari hasil output (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, dimana jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2009).

#### 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2013: 224). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha if item deleted*  $>$  0,60 dan

dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha if item deleted*  $< 0,60$  (Ghozali, 2009).

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. (Ghozali, 2012). Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji statistik menggunakan P-P Plot (*Probability-Probability Plot*). Data terdistribusi normal apabila titik-titik berada atau dekat garis diagonal (Natanael, 2013).

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (*independen*) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2012). Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $< 0.10$  dan nilai VIF  $> 10$ .

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianita, 2011). Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya ( $e$ ) dimana:

nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka terjadi gejala heteroskedastisitas

nilai probabilitas signifikan  $> 0.05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 1. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0.05$  atau F hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.

Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0.05$  atau  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

## 2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

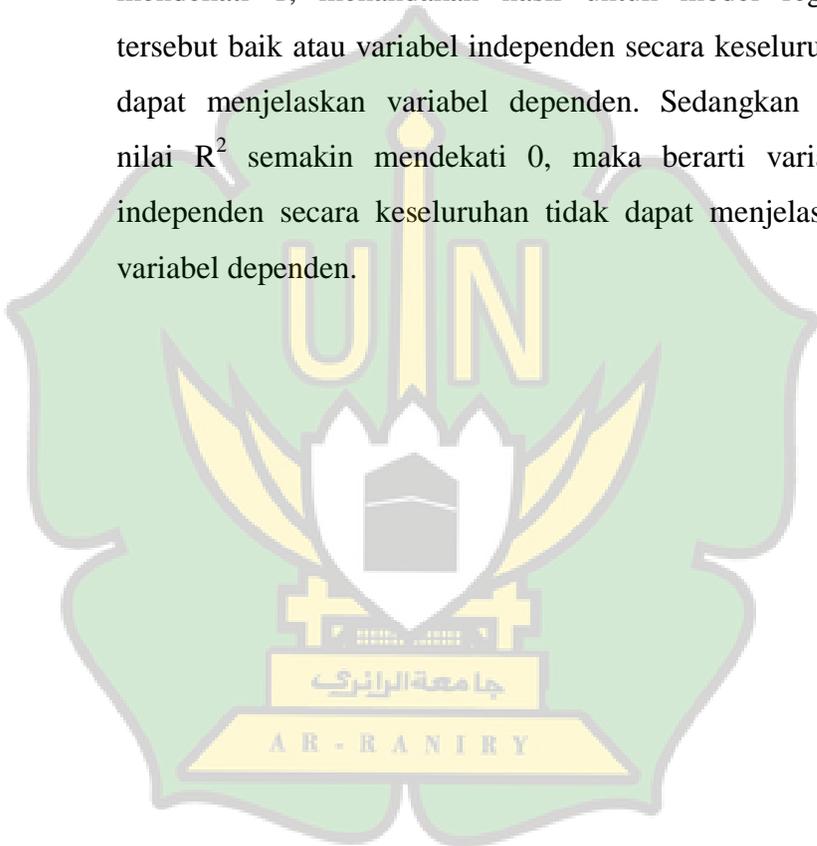
Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0.05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0.05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

## 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Perusahaan**

Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda yang dikenal juga dengan Bandar Udara Internasional Banda Aceh adalah sebuah bandar udara yang melayani Kota Banda Aceh dan sekitarnya, yang terletak di wilayah Kecamatan Blang Bintang, Aceh Besar, Provinsi Aceh. Nama bandara ini diambil dari nama Sultan Iskandar Muda, seorang Raja dari Aceh. Bandara Sultan Iskandar Muda dibangun oleh Pemerintah Jepang pada tahun 1943. Saat itu, bandara ini memiliki landasan pacu sepanjang 1400 meter dan lebar 30 meter berupa huruf T dari ujung selatan memanjang dari timur ke barat.

Pada tahun 1953 Bandara Sultan Iskandar Muda (pada waktu itu bernama Bandara Blang Bintang) dibuka kembali oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk tujuan pendaratan pesawat. Landasan pacu hanya menggunakan landasan pacu dari Utara ke Utara sepanjang 1400 meter. Pesawat pertama yang mendarat setelah dibuka kembali adalah DC-3 Dakota, dan beberapa tahun kemudian, Convair 240.

Bandara ini dikelola oleh PT. Angkasa Pura II, untuk melayani rute domestik dan internasional. Saat ini sudah ada tiga penerbangan internasional, yaitu Air Asia ke Kuala Lumpur, Firefly ke Penang dan Malindo Air ke Penang juga.

Bandar ini juga pernah difungsikan sebagai basis pengiriman obat-obatan sesudah gempa bumi Samudera Hindia tahun 2004 silam yang hilir mudik dari berbagai wilayah di dunia kepada para pengungsi yang terisolir di berbagai wilayah yang dihantam Tsunami di Aceh. Setelah dilanda Tsunami pada desember tahun 2004, bandara ini telah direnovasi dan memiliki landasan pacu sepanjang 3.000 meter yang mampu menampung pesawat berbadan lebar. Pada 9 Oktober 2011 sebuah Boeing 747-400 berhasil melakukan take off dan landing, yang membuktikan bahwa bandara ini bisa dijadikan tempat transit bagi perusahaan penerbangan internasional.

Perkembangan terakhir dari bandara ini adalah pada tahun 2009 dimana panjang landasan pacu kembali meningkat menjadi 3000 meter dengan lebar 45 meter, bangunan terminal baru menggantikan bangunan terminal lama. Bandara ini diresmikan secara resmi oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono pada 20 Agustus 2009, saat Presiden Susilo Bambang Yudhoyono datang ke Aceh dengan maksud kedatangan untuk membuka Pekan Budaya Aceh tahunan kelima (Pekan Kebudayaan Aceh).

Bandara Internasional Sultan Iskandar Muda juga telah mendapatkan penghargaan sebagai Bandara Terbaik Dunia untuk Wisatawan Halal di Dunia Halal Tourism Awards 2016.

#### 4.1.2 Letak Geografis

Kedudukan terminal penumpang Bandara Sultan Iskandar Muda ini secara administratif lokasi termasuk dalam wilayah tiga desa (Gampong) yaitu terdiri dari Gampong Blang, Gampong Cot Leupon dan Gampong Cot Mancang, kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar. Luas lahan Bandara Sultan Iskandar Muda 159,412 hektar, lokasi bandara ini terletak 16 km dari pusat Kota Banda Aceh. Bandara Sultan Iskandar Muda yang memiliki pengkodean Internasional IATA: BTJ dan ICAO: WITT ini secara geografis berada pada posisi koordinat N: 05° 31'01" LU dan 95° 25' 12" BT dengan ketinggian rata-rata 19,6 meter di atas permukaan laut.

Bandara ini mempunyai batasan-batasan sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Persawahan Gampong Ujong Blang Kecamatan Kuta Baro
Sebelah Timur	: Persawahan Gampong Blang
Sebelah Selatan	: Persawahan Gampong Teupin Bate Cot Malem
Sebelah Barat	: Pasar Tradisional Cot Meuraja, Cot Beut, Cot Bak Nga, Gampong Cot Mancang, Cot Masam, Cot Mahdi, Kecamatan Blang Bintang, Dan Area Persawahan Gampong Bueng, Bak Jok, Kecamatan Kuta Baro

Akses jalan yang dapat dilalui adalah melalui jalan utama Banda Aceh-Lambaro-Blang Bintang atau melalui jalan Banda Aceh-Darussalam-Blang Bintang waktu yang ditempuh sekitar 15 sampai 20 menit dari pusat kota.

#### 4.1.3 Visi-Misi Perusahaan

Visi dan Misi PT. Angkasa Pura II (Persero) cabang Bandar Udara internasional Sultan Iskandar Muda:

1. Visi : Menjadi pengelola Bandar Udara bertaraf Internasional yang mampu bersaing di kawasan regional.
2. Misi : Mengelola jasa kebandarudaraan dan pelayanan lalu lintas udara yang mengutamakan keselamatan penerbangan dan kepuasan pelanggan dalam upaya memberikan manfaat optimal kepada pemegang saham, mitra kerja, masyarakat dan lingkungan dengan memegang teguh etika bisnis.

#### 4.1.4 Fasilitas-fasilitas Pokok Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda

Untuk menyelenggarakan pelayanan bagi pesawat, penumpang dan barang, Bandar Udara dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas pokok antara lain sebagai berikut (Argitawani, 2018):

- a. Fasilitas Sisi Udara (*Air Side Facility*) berupa landasan pacu (*Runway*), penghubung landasan pacu (*Taxiway*), area

parkir pesawat (Apron), unit pertolongan kecelakaan dan sistem lampu.

- b. Fasilitas Sisi Darat (*Land Side Facility*) berupa bangunan terminal penumpang, bangunan terminal kargo, bangunan operasi, menara pengawas lalu lintas udara atau ATC (*Air Traffic Control*), bangunan meteorologi, bangunan penumpang kelas utama/VIP, bangunan teknik dan bangunan administrasi dan perkantoran.
- c. Fasilitas Navigasi Penerbangan
- d. Fasilitas Komunikasi Penerbangan
- e. Fasilitas Penunjang Bandar Udara berupa restoran, toko souvenir, areal bermain anak, baggage claim, e-kiosk, layanan internet gratis, musholla, ruang istirahat, ruang menyusui anak, ruang merokok dan toilet.

#### **4.1.5 Maskapai Penerbangan**

Maskapai penerbangan adalah sebuah organisasi atau perusahaan yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Berdasarkan klasifikasi atau status bandara, menurut pelayanannya sesuai dengan rute penerbangan Bandara Sultan Iskandar Muda dibedakan atas bandara domestik dan internasional.

**Tabel 4.1**  
**Daftar Maskapai Penerbangan yang Beroperasi Melayani**  
**Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda**

No	Maskapai	Tujuan	Terminal
1	AirAsia	Kuala Lumpur	Internasional
2	Bangkok Airways	Phuket	Internasional
3	Batik Air	Jakarta-Halim Perdanakusuma, Jakarta-Soekarno Hatta	Domestik
4	Citilink	Medan	Domestik
5	Firefly	Penang	Internasional
6	Garuda Indonesia	Jakarta-Soekarno Hatta	Domestik
		Jeddah, Madinah	Internasional
7	Indonesia AirAsia	Kuala Lumpur	Internasional
8	Lion Air	Medan	Domestik
		Jeddah	Internasional
9	Malindo Air	Penang	Internasional
10	Susi Air	Blangkejeren, Blangpidie, Kutacane dan Meulaboh	Domestik
11	Wings Air	Phuket	Internasional

Sumber: sultaniskandarmuda-airport.co.id (2019).

## 4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai analisis kualitas layanan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *world's best airport for halal traveler* terhadap kepuasan pelanggan. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan menurut jenis kelamin, agama, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir, tingkat pendapatan, jenis penumpang penerbangan dan jumlah perjalanan yang telah dilakukan dalam 3 tahun terakhir dengan menggunakan jasa bandar

udara tersebut. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 penumpang. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden sebagai berikut ini.

#### 4.2.1 Jenis kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan dan menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan melalui tabel 4.2 berikut ini.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	37,0	37,0	37,0
	Perempuan	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan hasil tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 37 orang atau sebanyak 37% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang atau 63%. Dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukannya penelitian, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda didominasi oleh perempuan.

### 4.2.2 Agama

Deskripsi responden berdasarkan agama yaitu menguraikan dan menggambarkan agama responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu Islam dan Non-Islam. Adapun deskripsi profil responden berdasarkan agama dapat disajikan melalui tabel 4.3 berikut ini.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Agama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	100	100,0	100,0	100,0

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan hasil tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden beragama Islam berjumlah 100 orang atau sebanyak 100% dan responden beragama non-Islam sebanyak 0 orang atau 0%. Dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukannya penelitian, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda seluruhnya beragama Islam. Hal ini dikarenakan peneliti hanya memilih responden yang beragama Islam.

### 4.2.3 Umur

Deskripsi responden berdasarkan umur yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi lima kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <17 Tahun	2	2,0	2,0	2,0
17 - 27 Tahun	56	56,0	56,0	58,0
28 - 38 Tahun	17	17,0	17,0	75,0
39 - 49 Tahun	14	14,0	14,0	89,0
> 50 Tahun	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang ada, sebanyak 2 orang atau 2% responden yang berumur < 17 tahun, sebanyak 56 orang atau 56% yang berumur 17-27 tahun, sebanyak 17 orang atau 17% responden yang berumur 28-38 tahun, sebanyak 14 orang atau 14% responden yang berumur 39-49 tahun dan sebanyak 11 orang atau 11% responden yang berumur >50 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar muda didominasi oleh responden yang berusia antara 17 sampai 27 tahun.

#### **4.2.4 Pekerjaan**

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan pekerjaannya saat ini. Hal tersebut dikelompokkan menjadi lima kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Negeri Sipil	18	18,0	18,0	18,0
Pegawai Swasta	18	18,0	18,0	36,0
Pengusaha	4	4,0	4,0	40,0
Mahasiswa/pelajar	42	42,0	42,0	82,0
Lainnya	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang ada, sebanyak 18 orang atau 18% responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, sebanyak 18 orang atau 18% responden yang pekerjaannya adalah Pegawai Swasta, sebanyak 4 orang atau 4% responden yang bekerja sebagai pengusaha atau wiraswasta, sebanyak 42 orang atau 42% responden sebagai mahasiswa/pelajar dan sebanyak 18 orang atau 18% responden yang bekerja selain yang tersebut diatas. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, jenis pekerjaan penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda sebagai responden didominasi oleh mahasiswa/pelajar.

#### **4.2.5 Pendidikan Terakhir**

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhirnya saat ini. Hal tersebut

dikelompokkan menjadi enam kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini.

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/Sederajat	41	41,0	41,0	41,0
Diploma	8	8,0	8,0	49,0
S1	35	35,0	35,0	84,0
S2	13	13,0	13,0	97,0
S3	1	1,0	1,0	98,0
Lainnya	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.6 di atas mendeskripsikan bahwa dari 100 responden yang ada, sebanyak 41 orang atau 41% responden berpendidikan terakhir SMA/Sederajat, sebanyak 8 orang atau 8% responden sebagai diploma, sebanyak 35 orang atau 35% responden sebagai S1, sebanyak 13 orang atau 13% responden sebagai S2, sebanyak 1 orang atau 1% responden sebagai S3 dan sebanyak 2 orang atau 2% responden yang berpendidikan terakhir selain yang tersebut diatas. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda didominasi oleh responden yang memiliki jenjang pendidikan terakhir SMA/Sederajat.

#### 4.2.6 Tingkat pendapatan

Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendapatan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan tingkat pendapatan perbulan. Hal tersebut dikelompokkan menjadi empat kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	42	42,0	42,0	42,0
d Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	17	17,0	17,0	59,0
Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	16	16,0	16,0	75,0
> Rp 6.000.000	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang ada, sebanyak 42 orang atau 42% responden memiliki tingkat pendapatan lebih kurang dari Rp 1.000.000, sebanyak 17 orang atau 17% responden memiliki tingkat pendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, sebanyak 16 orang atau 16% responden memiliki tingkat pendapatan antara Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000 dan sebanyak 25 orang atau 25% responden memiliki tingkat pendapatan diatas Rp.6.000.000. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda didominasi oleh

responden yang memiliki tingkat pendapatan lebih kurang dari Rp 1.000.000.

#### 4.2.7 Jenis Penumpang Penerbangan

Deskripsi responden berdasarkan jenis penumpang penerbangan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan jenis penumpang penerbangan. Hal tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu domestik dan internasional. Adapun deskripsinya dapat disajikan melalui tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Penumpang Penerbangan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Domestik	82	82,0	82,0	82,0
Internasional	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan hasil tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis penerbangan domestik berjumlah 82 orang atau sebanyak 82% dan responden dengan jenis penerbangan internasional sebanyak 18 orang atau 18%. Dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukannya penelitian, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda didominasi penumpang dengan jenis penerbangan domestik.

#### 4.2.8 Jumlah Penerbangan

Deskripsi responden berdasarkan jumlah penerbangan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan berapa kali penumpang tersebut menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dalam 3 tahun terakhir. Hal tersebut dikelompokkan menjadi tiga kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini

**Tabel 4.9**  
**Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jumlah Penerbangan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 - 4 kali	47	47,0	47,0	47,0
> 5 kali	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa 47 orang atau 47% responden telah melakukan perjalanan sebanyak 3 – 4 kali dan 53 orang lainnya atau 53% responden telah melakukan perjalanan lebih dari 5 kali. Dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukannya penelitian, penumpang bandar udara Internasional Sultan Iskandar Muda didominasi oleh penumpang yang telah melakukan perjalanan dan menggunakan jasa bandar udara sebanyak lebih dari 5 kali.

### 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan analisis dengan aplikasi komputer SPSS 23, berikut hasil pengujiannya.

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel, dimana untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $100-2$  atau  $df= 98$  dengan  $\alpha$  0,05 didapat  $r$  tabel sebesar 0,1966. Jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel dan  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan memberikan 32 butir pertanyaan yang dibagi menjadi 6 variabel utama yaitu variabel reliabilitas atau *reliability* (X1) sebanyak 4 butir pertanyaan, variabel daya tanggap atau *responsiveness* (X2) sebanyak 5 butir pertanyaan, variabel jaminan atau *assurance* (X3) sebanyak 5 butir pertanyaan, variabel empati atau *empathy* sebanyak 6 butir pertanyaan, variabel bukti fisik atau *tangible* sebanyak 7 butir pertanyaan dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 5 butir pertanyaan. Hasil uji validitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1	Reliabilitas (X1)	RB1	0,579	0,1966	Valid
		RB2	0,690	0,1966	Valid
		RB3	0,671	0,1966	Valid
		RB4	0,416	0,1966	Valid
2	Daya Tanggap (X2)	DT1	0,729	0,1966	Valid
		DT2	0,682	0,1966	Valid
		DT3	0,734	0,1966	Valid
		DT4	0,755	0,1966	Valid
		DT5	0,668	0,1966	Valid
3	Jaminan (X3)	JM1	0,481	0,1966	Valid
		JM2	0,687	0,1966	Valid
		JM3	0,438	0,1966	Valid
		JM4	0,669	0,1966	Valid
		JM5	0,390	0,1966	Valid
4	Empati (X4)	EM1	0,669	0,1966	Valid
		EM2	0,728	0,1966	Valid
		EM3	0,602	0,1966	Valid
		EM4	0,498	0,1966	Valid
		EM5	0,710	0,1966	Valid
		EM6	0,713	0,1966	Valid
5	Bukti Fisik (X5)	BF1	0,716	0,1966	Valid
		BF2	0,701	0,1966	Valid
		BF3	0,697	0,1966	Valid
		BF4	0,818	0,1966	Valid
		BF5	0,778	0,1966	Valid
		BF6	0,813	0,1966	Valid
		BF7	0,662	0,1966	Valid
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,800	0,1966	Valid
		KP2	0,825	0,1966	Valid
		KP3	0,792	0,1966	Valid
		KP4	0,823	0,1966	Valid
		KP5	0,731	0,1966	Valid

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Hasil output SPSS pada tabel 4.10 diperoleh data yang menyatakan bahwa dari 32 item pertanyaan yang diberikan kepada

100 responden ditemukan nilai  $r$  hitung (dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari nilai  $r$  tabel yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbach's alpha if item deleted* melalui program komputer SPSS versi 23. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted*  $> 0,60$ . Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	<i>cronbach's alpha if item deleted</i>	Keterangan
1	Reliabilitas (X1)	RB1	0,727	Reliabel
		RB2	0,673	Reliabel
		RB3	0,677	Reliabel
		RB4	0,811	Reliabel
2	Daya Tanggap (X2)	DT1	0,849	Reliabel
		DT2	0,860	Reliabel
		DT3	0,847	Reliabel
		DT4	0,841	Reliabel
		DT5	0,863	Reliabel
3	Jaminan (X3)	JM1	0,715	Reliabel
		JM2	0,654	Reliabel
		JM3	0,751	Reliabel
		JM4	0,650	Reliabel
		JM5	0,742	Reliabel
4	Empati (X4)	EM1	0,830	Reliabel

Lanjutan Tabel 4.11

No	Variabel	Item Pernyataan	<i>cronbach's alpha if item deleted</i>	Keterangan
		EM2	0,820	Reliabel
		EM3	0,843	Reliabel
		EM4	0,863	Reliabel
		EM5	0,824	Reliabel
		EM6	0,824	Reliabel
5	Bukti Fisik (X5)	BF1	0,904	Reliabel
		BF2	0,906	Reliabel
		BF3	0,906	Reliabel
		BF4	0,893	Reliabel
		BF5	0,897	Reliabel
		BF6	0,895	Reliabel
		BF7	0,909	Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,901	Reliabel
		KP2	0,896	Reliabel
		KP3	0,903	Reliabel
		KP4	0,896	Reliabel
		KP5	0,914	Reliabel

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* > 0,60. Dengan demikian seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

#### 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. (Ghozali, 2012).

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan:

1. Jika nilai *test statistic*  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai *test statistic*  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Penelitian ini juga didukung oleh uji statistik menggunakan grafik P-P Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		rata-rata Y
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3,682
	Std. Deviation	,7320
Most Extreme Differences	Absolute	,162
	Positive	,162
	Negative	-,128
Test Statistic		,162
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

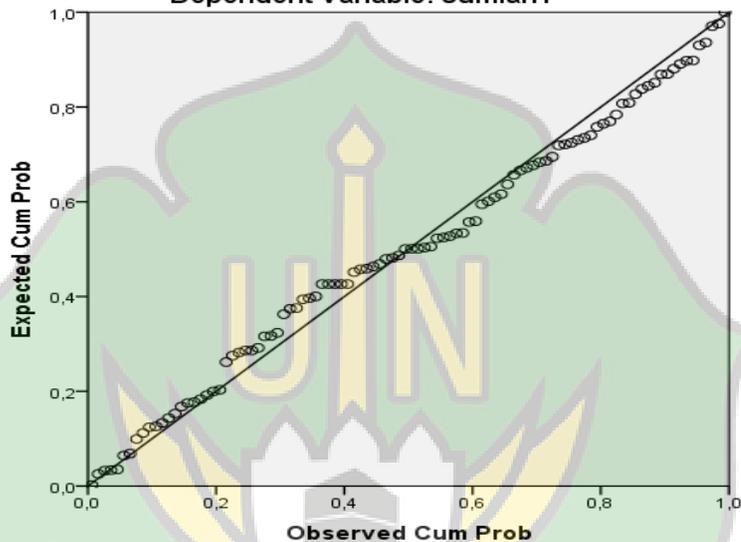
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari hasil tabel uji normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini

memiliki nilai normalitas sebesar 0,162 yang mana artinya lebih besar dari 0,05 maka nilai tersebut berdistribusi normal.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**  
**Dependent Variable: JumlahY**



Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

**Gambar 4.1**  
**Gambar Normal P-P Plot**

Grafik normal P-P plot di atas menunjukkan hasil dimana penyebaran titik-titik data searah dan mengikuti garis diagonal yang berarti residual data berdistribusi normal.

#### **4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (*independen*) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2012). Pendeteksian

multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ .

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-,482	,265		-1,818	,072		
	Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000	,381	2,627
	Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003	,654	1,529
	Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933	,323	3,093
	Empati	,272	,101	,260	2,703	,008	,261	3,831
	Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000	,527	1,897

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari hasil di atas dapat dilihat nilai *tolerance* pada semua variabel  $X > 0,10$  (dimana  $X_1 = 0,381$  ;  $X_2 = 0,654$  ;  $X_3 = 0,323$  ;  $X_4 = 0,261$  ;  $X_5 = 0,527$ ) maka diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel  $X < 10$  (dimana  $X_1 = 2,627$  ;  $X_2 = 1,529$  ;  $X_3 = 3,093$  ;  $X_4 = 3,831$  ;  $X_5 = 1,897$ ), maka antara

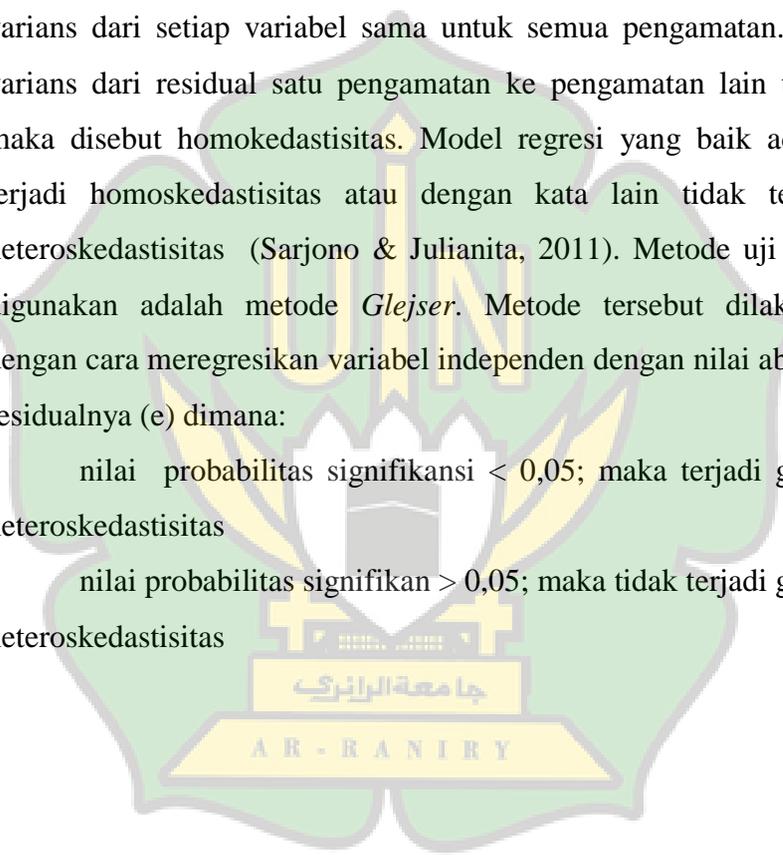
*tolerance* ataupun VIF sama-sama menunjukkan hasil yang sama yaitu diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianita, 2011). Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya ( $e$ ) dimana:

nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ ; maka terjadi gejala heteroskedastisitas

nilai probabilitas signifikan  $> 0,05$ ; maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas



**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,192	,179		1,071	,287
	Reliabilitas	,031	,062	,083	,502	,617
	Daya Tanggap	,002	,054	,005	,037	,971
	Jaminan	-,062	,067	-,165	-,921	,359
	Empati	,082	,068	,239	1,204	,232
	Bukti Fisik	-,036	,041	-,123	-,876	,383

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari setiap variabel ( $X_1 = 0,617$  ;  $X_2 = 0,971$  ;  $X_3 = 0,359$  ;  $X_4 = 0,232$  ;  $X_5 = 0,383$ ) lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

#### 4.5 Deskriptif Responden

Guna untuk memperoleh pemahaman data tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda melalui penyebaran kuesioner sebanyak 32 butir pertanyaan di dalam 6 variabel untuk 100 sampel dengan reliabilitas (*reliability*) sebagai variabel X1, daya tanggap

(*responsiveness*) sebagai variabel X2, jaminan (*assurance*) sebagai variabel X3, empati (*empathy*) sebagai variabel X4, bukti fisik (*tangible*) variabel X5 dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y, seluruh total responden telah mengisi jawaban pernyataan (untuk variabel X ) apakah responden sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) serta jawaban pernyataan (untuk variabel Y) apakah responden sangat puas (SP), puas (P), netral (N), tidak puas (TP) dan sangat tidak puas (STP). Maka hasil penyebaran kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Reliabilitas (*Reliability*)

**Tabel 4.15**  
**Deskriptif Reliabilitas (*Reliability*)**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Karyawan profesional menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan	1	3	29	49	18	3,80
2	Karyawan handal dalam menangani masalah	1	4	28	54	13	3,74
3	Petugas melayani pelanggan bandara dengan cermat	1	8	26	51	14	3,69
4	Informasi yang tertera di <i>Flight Information Display Sistem</i> (FIDS) benar sejak pertama kali	3	1	26	52	18	3,81
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,76</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan ketiga dengan nilai 3,69 dimana penilaian tersebut tergolong baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan keempat dengan nilai 3,81

yang berarti penilaian tersebut tergolong juga baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,76 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan reliabilitas (*reliability*).

## 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

**Tabel 4.16**  
**Deskriptif Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Kecepatan pelayanan di konter <i>check in</i>	1	3	35	42	19	3,75
2	Para petugas “ <i>Security check point</i> ” melakukan pemeriksaan dengan cepat dan nyaman	1	5	19	57	18	3,86
3	Kecepatan dan kemudahan <i>baggage claim</i>	5	9	40	34	12	3,39
4	Kesigapan membantu dari petugas bandara	5	9	34	40	12	3,45
5	Kecepatan petugas dalam memberikan informasi keterlambatan / <i>delay</i> pesawat	3	14	30	42	11	3,44
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,57</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan ketiga dengan nilai 3,39 dimana penilaian tersebut tergolong kurang baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan kedua dengan nilai 3,86 yang berarti penilaian tersebut tergolong baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,57 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan daya tanggap (*responsiveness*).

### 3. Jaminan (*Assurance*)

**Tabel 4.17**  
**Deskriptif Jaminan (*Assurance*)**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Keramahan dan kesopanan petugas bandara	4	4	30	44	18	3,68
2	Informasi dari <i>Public Address System</i> (PAS) tepat, jelas dan informative	1	2	38	49	10	3,65
3	Barang bawaan yang dititipkan pada bagasi aman dan tidak rusak	9	9	27	37	18	3,46
4	Lingkungan bandara aman	1	4	17	55	23	3,95
5	Pengunjung Muslim secara signifikan menjadi pengguna jasa bandara	1	2	17	52	28	4,04
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,75</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan ketiga dengan nilai 3,46 dimana penilaian tersebut tergolong baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan kelima dengan nilai 4,04 yang berarti penilaian tersebut tergolong baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,75 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan jaminan (*assurance*).

#### 4. Empati (*Empathy*)

**Tabel 4.18**  
**Deskriptif Empati (*Empathy*)**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Pelayanan yang diberikan petugas bandara tidak diskriminatif (membedakan)	2	9	23	43	23	3,76
2	Pelanggan cocok/nyaman dengan jam kerja bandara Internasional Sultan Iskandar Muda	1	5	28	44	22	3,81
3	Proses di konter imigrasi mudah	5	4	41	34	16	3,52
4	Terdapat banyak pilihan rute penerbangan yang dapat diakses	4	10	37	36	13	3,44
5	Mudah berkomunikasi dengan petugas	1	7	28	49	15	3,70
6	Penyediaan informasi perusahaan pada <i>platform digital</i> jelas dan cukup	1	6	33	47	13	3,65
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,64</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan keempat dengan nilai 3,44 dimana penilaian tersebut tergolong baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan kedua dengan nilai 3,81 yang berarti penilaian tersebut tergolong baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,57 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan empati (*empathy*).

## 5. Bukti Fisik (*Tangible*)

**Tabel 4.19**  
**Deskriptif Bukti Fisik (*Tangible*)**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Penampilan gedung menarik baik interior maupun eksterior	5	11	20	46	18	3,61
2	Kecukupan kapasitas kursi di tempat tunggu	6	12	33	33	16	3,41
3	Kesediaan dan kecukupan fasilitas <i>trolley</i>	3	11	34	38	14	3,49
4	Kesediaan dan kebersihan fasilitas lainnya (fasilitas belanja, ruang menyusui anak, ruang merokok, areal bermain anak, ATM, <i>money changer</i> , internet gratis dan e-kiosk)	4	11	31	38	16	3,51
5	Toilet bersih dan mudah ditemui	3	9	28	40	20	3,65
6	Kebersihan dan kenyamanan mushola	3	3	34	41	19	3,70
7	Ketersediaan restoran dengan jaminan halal	1	9	18	38	34	3,95
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,61</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan kedua dengan nilai 3,41 dimana penilaian tersebut tergolong baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan ketujuh dengan nilai 3,95 yang berarti penilaian tersebut tergolong baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,61 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan bukti fisik (*tangible*).

## 6. Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.20**  
**Deskriptif Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata
		STP	TP	N	P	SP	
1	Saya merasa senang atas pelayanan yang ditawarkan oleh bandara Internasional Sultan Iskandar Muda	1	4	30	48	17	3,76
2	Saya merasa fasilitas dan layanan yang diberikan bandara Internasional Sultan Iskandar Muda sesuai dengan yang saya harapkan	2	8	36	39	15	3,57
3	Saya merasa puas atas keputusan saya memilih bandara Internasional Sultan Iskandar Muda	1	3	28	51	17	3,80
4	Menurut saya bandara ini mempunyai kinerja yang baik dalam melayani pengguna jasa penerbangannya	2	3	34	45	16	3,70
5	Pelayanan yang saya dapatkan sesuai dengan biaya yang saya keluarkan	0	8	40	38	14	3,58
<b>Jumlah Rata-Rata</b>							<b>3,68</b>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terendah adalah pada item pernyataan kedua dengan nilai 3,57 dimana penilaian tersebut tergolong baik. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah pada item pernyataan ketiga dengan nilai 3,80 yang berarti penilaian tersebut tergolong baik. Nilai rata-rata untuk keseluruhan adalah sebesar 3,68 dengan tanggapan responden “baik” untuk item pernyataan bukti fisik (*tangible*).

#### 4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh reliabilitas (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS ditunjukkan dalam tabel berikut.

**Tabel 4. 21**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	-,482	,265		-1,818	,072	
	Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000	,381
	Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003	,654
	Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933	,323
	Empati	,272	,101	,260	2,703	,008	,261
	Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000	,527

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.21 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 RB + \beta_2 DT + \beta_3 JM + \beta_4 EM + \beta_5 BF + e \quad (4.1)$$

$$Y = -0,482 + 0,337 RB + 0,241 DT - 0,008 JM + 0,272 EM + 0,060 BF + e \quad (4.2)$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda di atas memberikan pengertian bahwa:

- a. Koefisien regresi RB berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai  $\beta_1$  sebesar 0,337, berarti apabila variabel reliabilitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,337 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik reliabilitas karyawan dan fasilitas bandar udara maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.
- b. Koefisien regresi DT berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai  $\beta_2$  sebesar 0,241, berarti apabila variabel daya tanggap mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan

meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,241 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik daya tanggap karyawan bandar udara maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

- c. Koefisien regresi JM tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana nilai  $\beta_3$  sebesar -0,008. Hal ini menjelaskan bahwa jaminan (*assurance*) tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pelanggan bandara tidak mempertimbangkan keamanan dan kesopanan petugas bandara dengan kemungkinan bahwa suatu bandara sudah memiliki standar keamanan dan tatakrma petugas yang baik sehingga tidak perlu diperhatikan lagi oleh penumpang atau pelanggan bandara.
- d. Koefisien regresi EM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai  $\beta_4$  sebesar 0,272, berarti apabila variabel empati mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,272 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan

bahwa semakin baik empati (termasuk kemudahan aksesibilitas dan komunikasi) karyawan dan fasilitas bandar udara maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

- e. Koefisien regresi BF berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai ( $\beta_5$ ) sebesar 0,297, berarti apabila variabel bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,297 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik bukti fisik bangunan dan fasilitas bandar udara maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

#### **4.7 Hasil Uji Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F, Uji T dan Uji  $R^2$  sebagai berikut:

##### **4.7.1 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Uji F (uji simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam

model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Adapun hasil Uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi	41,038	5	8,208	64,239	,000 <sup>b</sup>
	on					
	Residual	12,010	94	,128		
	Total	53,048	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Daya Tanggap, Reliabilitas, Jaminan, Empati

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.22 ditampilkan hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek-aspek variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Dari perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 64,239 dan F tabel sebesar 2,31 yang diperoleh dari  $df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$  dan  $df_2 = n - k = 100 - 6 = 94$  (dimana k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel), karena nilai F hitung  $>$  F tabel ( $64,239 > 2,31$ ) dan besarnya sig  $0,000 <$   $0,05$ , maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

#### 4.7.2 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil Uji T adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,482	,265		-1,818	,072
	Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000
	Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003
	Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933
	Empati	,272	,101	,260	2,703	,008
	Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan pada tabel 4.23 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui t hitung reliabilitas sebesar 3,678 dan t tabel sebesar 1,985, maka perbandingan t hitung dengan t tabel didapatkan hasil  $3,678 > 1,985$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Jadi variabel

reliabilitas atau *reliability* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil daripada tingkat kesalahan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya reliabilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

## 2. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui  $t$  hitung daya tanggap sebesar 3,038 dan  $t$  tabel sebesar 1,985, maka perbandingan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel didapatkan hasil  $3,038 > 1,985$  atau  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. Jadi variabel daya tanggap atau *responsiveness* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,003 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil daripada tingkat kesalahan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

## 3. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui  $t$  hitung jaminan sebesar -0,084 dan  $t$  tabel sebesar 1,985, maka perbandingan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel

didapatkan hasil  $-0,084 < 1,985$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ . Jadi variabel jaminan atau *assurance* (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,933 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih besar daripada tingkat kesalahan, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima yang artinya jaminan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

#### 4. Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui  $t \text{ hitung}$  empati sebesar 2,703 dan  $t \text{ tabel}$  sebesar 1,985, maka perbandingan  $t \text{ hitung}$  dengan  $t \text{ tabel}$  didapatkan hasil  $2,703 > 1,985$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Jadi variabel empati atau *empathy* (X4) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,008 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil daripada tingkat kesalahan, maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

#### 5. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui  $t \text{ hitung}$  bukti fisik sebesar 4,919 dan  $t \text{ tabel}$  sebesar 1,985, maka perbandingan  $t \text{ hitung}$  dengan  $t \text{ tabel}$

didapatkan hasil  $4,919 > 1,985$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Jadi variabel bukti fisik atau *tangible* (X5) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil daripada tingkat kesalahan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

#### 4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefesien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,880 <sup>a</sup>	,774	,762	,3574

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Daya Tanggap, Reliabilitas, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,762. Hal ini berarti 76,2% variabel dependen berupa kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*). Sedangkan sisanya sebesar 23,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

#### **4.8 Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **4.8.1 Analisis Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan**

###### **1. Reliabilitas (*Reliability*)**

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa reliabilitas memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 3,678 dan lebih besar dari  $t$  tabel (1,985). Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa reliabilitas

memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.22 dapat dilihat bahwa reliabilitas memiliki pengaruh sebesar 0,337 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika reliabilitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,337 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh reliabilitas dimana karyawan maupun fasilitas yang diberikan bandar udara sudah handal dan cermat sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono (2013), yang menyatakan bahwa variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa daya tanggap memiliki nilai t hitung sebesar 3,038 dan lebih besar dari t tabel (1,985). Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,003 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa daya

tanggap memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa daya tanggap memiliki pengaruh sebesar 0,241 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika daya tanggap mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,241 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh daya tanggap dimana ketanggapan, kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan layanan kepada penumpang sudah baik, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono (2013), yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa jaminan memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,084$  dan lebih kecil dari  $t$  tabel (1,985). Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,933 > 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa jaminan tidak

memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa jaminan memiliki pengaruh sebesar  $-0,008$  terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda tidak dipengaruhi oleh jaminan. Hal ini menjelaskan bahwa jaminan (*assurance*) tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pelanggan bandara tidak mempertimbangkan keamanan dan kesopanan petugas bandara dengan kemungkinan bahwa suatu bandara sudah memiliki standar keamanan dan tatakrma petugas yang baik sehingga tidak perlu diperhatikan lagi oleh penumpang atau pelanggan bandara.

Temuan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono (2013), yang menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan tempat dimana penelitian dilakukan. Dimensi jaminan di bandara tidak diperhatikan atau dipertimbangkan lagi oleh penumpang karena sudah memiliki standar keamanan dan tatakrma yang baik, sedangkan dimensi jaminan di suatu rumah makan yang tidak memiliki standar khusus akan sangat diperhatikan dan dipertimbangkan oleh konsumennya dikarenakan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri.

Namun temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Gilang Ramadhan (2018) yang menyatakan bahwa jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4. Empati (*Empathy*)

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa empati memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,703 dan lebih besar dari  $t$  tabel (1,985). Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,008 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa empati memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa empati memiliki pengaruh sebesar 0,272 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika empati mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,272 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh empati dimana semakin baik empati yang diberikan oleh petugas termasuk kemudahan aksesibilitas dan komunikasi maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rryan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono (2013), yang

menyatakan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### 5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa bukti fisik memiliki nilai t hitung sebesar 4,919 dan lebih besar dari t tabel (1,985). Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa bukti fisik memiliki pengaruh sebesar 0,297 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebesar 0,297 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dipengaruhi oleh bukti fisik dimana semakin indah bentuk bangunan dan semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono (2013), yang

menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **4.8.2 Analisis Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau  $64,239 > 2,31$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) yang diterapkan oleh bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 76,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 23,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas layanan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebagai *world's best airport for halal traveller* terhadap kepuasan pelanggan dengan sampel 100 responden. Terdapat empat dimensi variabel independen yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hanya satu dimensi variabel independen yang tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel reliabilitas (*reliability*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan maupun fasilitas yang diberikan bandar udara sudah handal dan cermat sehingga mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Hal ini menunjukkan bahwa

ketanggapan, kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan layanan kepada penumpang sudah baik, sehingga sangat berperan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pelanggan bandara tidak mempertimbangkan keamanan dan kesopanan petugas bandara dengan kemungkinan bahwa suatu bandara sudah memiliki standar keamanan dan tatakrama petugas yang baik sehingga tidak perlu diperhatikan lagi oleh penumpang atau pelanggan bandara.
4. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel empati (*empathy*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan komunikasi sangat berperan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
5. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel bukti fisik (*tangible*) menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda. Hal ini menunjukkan bahwa bangunan yang indah dan fasilitas fisik yang baik sangat berperan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

6. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan diperoleh bahwa kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.
7. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda hampir sepenuhnya dapat dijelaskan oleh kualitas layanan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). Hal ini dibuktikan dari perhitungan koefisien determinasi dengan nilai  $R^2$  sebesar 76,2%. Ini artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 76,2% selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan atau penumpang, sebaiknya bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah diuji dalam penelitian ini, agar pihak bandar udara dapat memperbaiki kembali kinerja petugas maupun karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pelanggan dalam menggunakan jasa ini. Dapat dilihat dalam penelitian ini kontribusi paling rendah terdapat pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*). Hal ini dapat mendorong pihak bandara untuk meningkatkan ketanggapan, kecepatan dan kesigapan petugas serta dapat memperbaiki penampilan gedung bandara dan meningkatkan fungsi fasilitas fisik yang terdapat di dalam maupun di luar terminal bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.
2. Kemudian untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menyempurnakan penelitian ini dengan meneliti kembali dan mengganti item pada pertanyaan variabel yang hasilnya tidak signifikan sehingga setiap variabel kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Terjemahannya

Argitawani, Melisa. (2018). *Sejarah Perkembangan Bandara*

*Sultan Iskandar Muda dari Masa Jepang hingga Sekarang.*

Skripsi. Fakultas Adab dan Humaniora. UIN Ar-raniry.

Badan Pusat Statistik Aceh. (2010). *Statistik Indonesia Tahun*

*2010.* Aceh: Badan Pusat Statistik.

Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi.*

Jakarta: Kencana.

Fajar, R., dan Irawati, W. (2018). Pengaruh Perceived

Entertainment dan Norma Subjektif terhadap Word of

Mouth dengan Kepuasan sebagai Pemediasi pada

Konsumen Mobile Shopping Kota Banda Aceh. *Jurnal*

*Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 3, (No. 4), 90-*

*103*

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*

*SPSS*, Edisi 4. Semarang: BP UNDIP.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*

*SPSS.* Semarang: Bada Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi,*

*Indikator dan Implementasinya.* Yogyakarta: Gava Media.

Happy, W.A. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan

Solo). *Skripsi.*

- Indrawan, R dan Yaniawati, R.P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama
- Irawati, R., Wirangga, A., dan Hati, S.W. Analisa Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Hang Nadim Batam.
- Kasyful, M dan Darus M.D. Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bandar Udara Internasional Kualanamu. *Jurnal ekonomi dan Keuangan*, Vol.3 (No.6).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Bob sabran. Terjemahan)*. Jakarta:Erlangga.
- Mahmoedin, H. AS. (2010). *Etiket Pelayanan Bank PT. Gunung Agung*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Margaretha. (2003). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Mandar Maju.
- Martul, S. (2004). *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Sinar Grafika.
- Musafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Natanael, S.d. (2013). *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: Gramedia.

- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Pantiyasa, I.W. (2013). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Parasuraman, A.V. (2001). *(Diterjemahkan oleh Sutanto)*  
*Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta:  
PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*.  
Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saputra, M.T.Y & Kartika, A.A.G. Analisa Tingkat Kepuasan  
Pengguna Jasa Terhadap Kinerja Pelayanan Terminal  
Makassar Metro Kota Makassar.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah  
Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinambela, L.P. (2010). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: PT.  
Bumi Aksara
- Subekti, S. (2017). Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan  
Terminal Domestik di Bandar Udara Adi Sucipto  
Yogyakarta.
- Subekti, S & Purnama, M.H. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan  
Terminal Kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan. *Warta  
Ardhia, Volume 41 (No. 1), 29-38.*
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Suwardi. (2011). Menujur Kepuasan Pelanggan melalui Penciptakaan Kualitas Pelayanan dalam Jurnal Ragam. *Jurnal Pengembangan Humaniora, Vol. 11 (No 1)*.
- Swasta, B. (2002). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tim Dosen Profesional. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan.
- Tjiptono, F & Diana, A. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Usmara. (2003). *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan dan Proses PT*. Amara Books. Yogjakarta.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Yansah, R.A, Hartono, B dan Hariyono, MB. Analisis kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang. *J. Ilmu-Ilmu Peternakan, Volume 23, (No. 1)*, 30 – 34.

Ghلامallah, E. (2017). State of Global Islamic Economy 2017-2018.

<https://www.slideshare.net/EzzedineGHLAMALLAH/state-of-the-global-islamic-economy-20172018>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2018.

Global Muslim Travel Indeks 2018. (2018).

<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html>. Diakses tanggal 9 Desember 2018.

International Travel Week Abu Dhabi. (2016).

<http://www.itwabudhabi.com/>. Diakses pada 12 Desember 2018.

Omy. (2016). Bandara Sultan Iskandar Muda Sabet Penghargaan World Halal Tourism Award.

<http://beritatrans.com/2016/12/14/%E2%80%8Ebandara-sultan-iskandar-muda-sabet-penghargaan-world-halal-tourism-award/>. Diakses pada 28 Januari 2019.

Sultaniskandarmuda-airport.co.id. (2019)

## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian

#### **ANALISIS KUALITAS LAYANAN BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN ISKANDAR MUDA SEBAGAI WORLD'S BEST AIRPORT FOR HALAL TRAVELER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan dalam penyusunan tugas akhir berupa skripsi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, maka dengan kerendahan hati peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket berikut dengan jawaban yang sejujurnya. Peneliti bertanggung jawab penuh atas kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas kesediaan dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

#### **A. IDENTITAS RESPONDEN**

Mohon beri tanda centang (✓) pada pilihan anda:

1. Jenis Kelamin

[ ] Laki-laki

[ ] Perempuan

2. Agama

[ ] Islam

[ ] Non-Islam

## 3. Umur

- < 17 Tahun                       39-49 Tahun  
 17-27 Tahun                       > 50 Tahun  
 28-38 Tahun

## 4. Pekerjaan

- Pegawai Negeri Sipil               Mahasiswa/Pelajar  
 Pegawai Swasta                       Lainnya  
 Pengusaha

## 5. Pendidikan terakhir

- SMA/Sederajat                       S2  
 Diploma                               S3  
 S1     Lainnya

## 6. Tingkat Pendapatan

- < Rp 1.000.000  
 Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000  
 Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000  
 > Rp 6.000.000

## 7. Penumpang penerbangan Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda

- Domestik                               Internasional

## 8. Berapa kali anda telah melakukan perjalanan menggunakan jasa Bandar Udara Internasional Sultan Iskandar Muda dalam 3 tahun terakhir?

- 1 – 2 kali  
 3 – 4 kali

[ ] > 5 kali

## B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang anda pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. Pilihan jawaban sesuai dengan pendapat dan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang sebenarnya.

### 1. Kualitas Pelayanan

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

NO	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Reliabilitas (<i>Reliability</i>)</b>						
1	Karyawan profesional menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan					
2	Karyawan handal dalam menangani masalah					
3	Petugas melayani pelanggan bandara dengan cermat					
4	Informasi yang tertera di <i>Flight Information Display Sistem (FIDS)</i> benar sejak pertama kali					

<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
<b>NO</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>				
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
5	Kecepatan pelayanan di konter <i>check in</i>					
6	Para petugas " <i>Security check point</i> " melakukan pemeriksaan dengan cepat dan nyaman					
7	Kecepatan dan kemudahan <i>baggage claim</i>					
8	Kesigapan membantu dari petugas bandara					
9	Kecepatan petugas dalam memberikan informasi keterlambatan / <i>delay</i> pesawat					
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
10	Keramahan dan kesopanan petugas bandara					
11	Informasi dari <i>Public Address System</i> (PAS) tepat, jelas dan informatif					
12	Barang bawaan yang ditiptkan pada bagasi aman dan tidak rusak					
13	Lingkungan bandara aman					
14	Pengunjung Muslim secara signifikan menjadi pengguna jasa bandara					
<b>Empati (<i>Empathy</i>)</b>						
15	Pelayanan yang diberikan petugas bandara tidak diskriminatif (membedakan)					

NO	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
16	Pelanggan cocok/nyaman dengan jam kerja bandara Internasional Sultan Iskandar Muda					
17	Proses di konter imigrasi mudah					
18	Terdapat banyak pilihan rute penerbangan yang dapat diakses					
19	Mudah berkomunikasi dengan petugas					
20	Penyediaan informasi perusahaan pada <i>platform digital</i> jelas dan cukup					
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>						
21	Penampilan gedung menarik baik interior maupun eksterior					
22	Kecukupan kapasitas kursi di tempat tunggu					
23	Kesediaan dan kecukupan fasilitas <i>trolley</i>					
24	Kesediaan dan kebersihan fasilitas lainnya (fasilitas belanja, ruang menyusui anak, ruang merokok, areal bermain anak, ATM, <i>money changer</i> , internet gratis dan e-kiosk)					
25	Toilet bersih dan mudah ditemui					
26	Kebersihan dan kenyamanan mushola					
27	Ketersediaan restoran dengan jaminan halal					

## 2. Kepuasan Pelanggan

Keterangan:

STP : Sangat Tidak Puas

TP : Tidak Puas

N : Netral

P : Puas

SP : Sangat Puas

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STP	TP	N	P	SP
1	Saya merasa senang atas pelayanan yang ditawarkan oleh bandara Internasional Sultan Iskandar Muda					
2	Saya merasa fasilitas dan layanan yang diberikan bandara Internasional Sultan Iskandar Muda sesuai dengan yang saya harapkan					
3	Saya merasa puas atas keputusan saya memilih bandara Internasional Sultan Iskandar Muda					
4	Menurut saya bandara ini mempunyai kinerja yang baik dalam melayani pengguna jasa penerbangannya					
5	Pelayanan yang saya dapatkan sesuai dengan biaya yang saya keluarkan					

**SARAN :**

.....

.....  
.....  
.....  
.....

TERIMA KASIH



## Lampiran 2

### Hasil Output Analisis

#### Uji Karakteristik Responden

##### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	37	37,0	37,0	37,0
Perempuan	63	63,0	63,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

##### Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	100	100,0	100,0	100,0

##### Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <17 Tahun	2	2,0	2,0	2,0
17 - 27 Tahun	56	56,0	56,0	58,0
28 - 38 Tahun	17	17,0	17,0	75,0
39 - 49 Tahun	14	14,0	14,0	89,0
> 50 Tahun	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Negeri Sipil	18	18,0	18,0	18,0
Pegawai Swasta	18	18,0	18,0	36,0
Pengusaha	4	4,0	4,0	40,0
Mahasiswa/pelajar	42	42,0	42,0	82,0
Lainnya	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/Sederajat	41	41,0	41,0	41,0
Diploma	8	8,0	8,0	49,0
S1	35	35,0	35,0	84,0
S2	13	13,0	13,0	97,0
S3	1	1,0	1,0	98,0
Lainnya	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Tingkat Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	42	42,0	42,0	42,0
Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	17	17,0	17,0	59,0
Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	16	16,0	16,0	75,0
> Rp 6.000.000	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Jenis Penumpang Penerbangan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Domestik	82	82,0	82,0	82,0
Internasional	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Jumlah Perjalanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 - 4 kali	47	47,0	47,0	47,0
> 5 kali	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Reliabilitas

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	11,240	3,962	,579	,727
R2	11,300	3,788	,690	,673
R3	11,350	3,583	,671	,677
R4	11,230	4,280	,416	,811

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tanggap

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DT1	14,140	9,718	,729	,849
DT2	14,030	10,070	,682	,860
DT3	14,500	8,919	,734	,847
DT4	14,440	8,794	,755	,841
DT5	14,450	9,321	,668	,863

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
J1	15,100	6,798	,481	,715
J2	15,130	6,922	,687	,654
J3	15,320	6,220	,438	,751
J4	14,830	6,648	,669	,650
J5	14,740	7,750	,390	,742

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	18,120	12,107	,669	,830
E2	18,070	12,369	,728	,820
E3	18,360	12,475	,602	,843
E4	18,440	13,118	,498	,863
E5	18,180	12,614	,710	,824
E6	18,230	12,745	,713	,824

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik

Item-Total Statistics

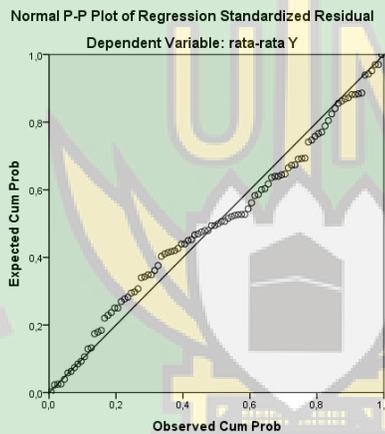
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BF1	21,710	24,208	,716	,904
BF2	21,910	24,184	,701	,906
BF3	21,830	25,112	,697	,906
BF4	21,810	23,671	,818	,893
BF5	21,670	24,183	,778	,897
BF6	21,620	24,602	,813	,895
BF7	21,370	25,266	,662	,909

## Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan pelanggan

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14,650	8,836	,800	,901
Y2	14,840	8,237	,825	,896
Y3	14,610	9,008	,792	,903
Y4	14,710	8,592	,823	,896
Y5	14,830	9,052	,731	,914

### Uji Normalitas



### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statisti c	df	Sig.	Statisti c	df	Sig.
Unstandardized Residual	,064	100	,200*	,968	100	,015

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

## Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,192	,179		1,071	,287
	Reliabilitas	,031	,062	,083	,502	,617
	Daya tanggap	,002	,054	,005	,037	,971
	Jaminan	-,062	,067	-,165	-,921	,359
	Empati	,082	,068	,239	1,204	,232
	Bukti Fisik	-,036	,041	-,123	-,876	,383

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,482	,265		-1,818	,072		
	Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000	,381	2,627
	Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003	,654	1,529
	Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933	,323	3,093
	Empati	,272	,101	,260	2,703	,008	,261	3,831
	Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000	,527	1,897

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

## Regresi Linear Berganda

### Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,482	,265		-1,818	,072		
Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000	,381	2,627
Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003	,654	1,529
Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933	,323	3,093
Empati	,272	,101	,260	2,703	,008	,261	3,831
Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000	,527	1,897

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

## Uji F

### ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,038	5	8,208	64,239	,000 <sup>b</sup>
	Residual	12,010	94	,128		
	Total	53,048	99			

a. Dependent Variable: rata-rata Y

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Daya tanggap, Reliabilitas, Jaminan, Empati

## Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,482	,265		-1,818	,072
Reliabilitas	,337	,092	,293	3,678	,000
Daya Tanggap	,241	,079	,184	3,038	,003
Jaminan	-,008	,099	-,007	-,084	,933
Empati	,272	,101	,260	2,703	,008
Bukti Fisik	,297	,060	,333	4,919	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>d</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,880 <sup>a</sup>	,774	,762	,3574

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Daya tanggap, Reliabilitas, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### Lampiran 3

### Dokumentasi Penelitian



## Lampiran 4

## DATA RESPONDEN

No .	Jenis Kelamin	Agama	Umur	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Tingkat Pendapatan	Jenis Penumpang penerbangan	Jumlah Penerbangan
1	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
2	Perempuan	Islam	39-49 tahun	Ibu Rumah Tangga	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Internasional	3 - 4 kali
3	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	Diploma	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
4	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	Diploma	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
5	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	Diploma	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
6	Perempuan	Islam	39-49 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
7	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Pegawai Swasta	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
8	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
9	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	3 - 4 kali

### Lanjutan Lampiran 4

10	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	Diploma	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
11	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
12	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
13	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
14	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Pegawai Negeri Sipil	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
15	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
16	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
17	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
18	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	3 - 4 kali
19	Perempuan	Islam	<17 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali
20	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Pegawai Swasta	S1	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	3 - 4 kali

### Lanjutan Lampiran 4

21	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Internasional	> 5 kali
22	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Karyawan bumh	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
23	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Internasional	> 5 kali
24	Perempuan	Islam	39-49 tahun	IRT	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
25	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
26	Laki-laki	Islam	39-49 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S3	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
27	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Internasional	3 - 4 kali
28	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Pegawai Swasta	S2	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
29	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
30	Laki-laki	Islam	39-49 tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
31	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pensiunan PNS	Pensiunan PNS	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Internasional	> 5 kali
32	Perempuan	Islam	39-49 tahun	IRT	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali

### Lanjutan Lampiran 4

33	Perempuan	Islam	28-38 tahun	IRT	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
34	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
35	Perempuan	Islam	17-27 tahun	IRT	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
36	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
37	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
38	Perempuan	Islam	28-38 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
39	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pengusaha	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
40	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Diploma	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
41	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pegawai Swasta	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
42	Perempuan	Islam	> 50 tahun	IRT	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Internasional	> 5 kali
43	Laki-laki	Islam	39-49 tahun	Pegawai Swasta	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
44	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Pegawai Swasta	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali

### Lanjutan Lampiran 4

45	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Bumn	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
46	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Pegawai Swasta	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
47	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Pegawai Swasta	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
48	Laki-laki	Islam	39-49 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	> Rp 6.000.000	Internasional	3 - 4 kali
49	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
50	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Pengusaha	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali
51	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
52	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
53	Laki-laki	Islam	> 50 tahun	Pekerja BUMN	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
54	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
55	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali

### Lanjutan Lampiran 4

56	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	> 5 kali
57	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
58	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	> 5 kali
59	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	> 5 kali
60	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali
61	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
62	Perempuan	Islam	28-38 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Internasional	3 - 4 kali
63	Laki-laki	Islam	28-38 Tahun	Pegawai Swasta	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	3-4 kali
64	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Pengusaha	S2	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
65	Perempuan	Islam	>50 Tahun	Pengusaha	Diploma	> Rp 6.000.000	Domestik	3-4 kali
66	Perempuan	Islam	< 17 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	Lainnya	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali

### Lanjutan Lampiran 4

67	Laki-laki	Islam	17-27 Tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
68	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
69	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
70	Perempuan	Islam	39-49 Tahun	Lainnya	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3-4 kali
71	Perempuan	Islam	28-38 Tahun	Lainnya	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3-4 kali
72	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali
73	Laki-laki	Islam	28-38 Tahun	Pegawai Swasta	S2	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	3-4 kali
74	Laki-laki	Islam	39-49 Tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
75	Laki-laki	Islam	39-49 Tahun	Pegawai Swasta	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
76	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali
77	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
78	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali

### Lanjutan Lampiran 4

79	Laki-laki	Islam	39-49 Tahun	Pegawai Negeri Sipil	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	3-4 kali
80	Perempuan	Islam	> 50 Tahun	Lainnya	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali
81	Perempuan	Islam	39-49 Tahun	Lainnya	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	3-4 kali
82	Perempuan	Islam	28-38 Tahun	Lainnya	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
83	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3-4 kali
84	Perempuan	Islam	39-49 Tahun	Lainnya	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
85	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Domestik	> 5 kali
86	Laki-laki	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali
87	Perempuan	Islam	17-27 Tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali
88	Laki-laki	Islam	28-38 Tahun	Pegawai Negeri Sipil	S2	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	> 5 kali
89	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	> 5 kali

### Lanjutan Lampiran 4

90	Perempuan	Islam	28-38 tahun	Pegawai Swasta	S1	> Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
91	Perempuan	Islam	28-38 tahun	IRT	Diploma	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	3 - 4 kali
92	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali
93	Laki-laki	Islam	28-38 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	>5 kali
94	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Internasional	3 - 4 kali
95	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	3-4 kali
96	Perempuan	Islam	28-38 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Diploma	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Domestik	>5 kali
97	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	>5 kali
98	Laki-laki	Islam	17-27 tahun	Ex pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
99	Perempuan	Islam	17-27 tahun	Mahasiswa/Pelajar	SMA/Sederajat	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali
100	Perempuan	Islam	> 50 tahun	Pegawai Negeri Sipil	S1	< Rp 1.000.000	Domestik	3 - 4 kali

## Lampiran 5

## SKOR HASIL KUESIONER

No	Reliabilitas				Daya Tanggap					Jaminan					Empati						Bukti Fisik							Kepuasan Pelanggan						
	R1	R2	R3	R4	D1	D2	D3	D4	D5	J1	J2	J3	J4	J5	E1	E2	E3	E4	E5	E6	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	K1	K2	K3	K4	K5		
1	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	2	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	3	
3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	1	1	4	4	3	3	3	3	4	
7	3	2	2	3	3	3	1	3	2	1	2	3	4	3	2	2	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	
8	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	2	4	1	3	2	3	1	1	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4



## Lanjutan Lampiran 5

25	4	5	4	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
27	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	3	5	4	5	3	4	3	1	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2
29	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
30	5	3	5	4	4	4	1	2	5	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	2	4	4	3
34	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
36	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4







### Lanjutan Lampiran 5

88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	
89	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2	2	2	3	1	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
90	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3
91	5	5	4	3	3	4	2	2	2	4	4	2	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4
92	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
93	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	4
94	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	5	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	4	4
95	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
98	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3
99	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3
100	3	4	4	5	3	4	3	4	5	3	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	3

جامعة الرانري

AR-RANIRY

## Lampiran 6

Tabel r

Tingkat signifikansi untuk uji satu arah					
df = (N-2)	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 7

Tabel f

df untuk penyeb ut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
81	2,77	2,37	2,15	2,02	1,92
82	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
83	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
84	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
85	2,77	2,37	2,15	2,01	1,92
86	2,76	2,37	2,15	2,01	1,92
87	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
88	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
89	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
90	2,76	2,36	2,15	2,01	1,91
91	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
92	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
93	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
94	2,76	2,36	2,14	2,01	1,91
95	2,76	2,36	2,14	2	1,91
96	2,76	2,36	2,14	2	1,91
97	2,76	2,36	2,14	2	1,91
98	2,76	2,36	2,14	2	1,91
99	2,76	2,36	2,14	2	1,91
100	2,76	2,36	2,14	2	1,91

## Lampiran 8

Tabel t

Df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0,05	0.02	0,01	0.001
81	1,664	1,99	2,373	2,638	3,194
82	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193
83	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191
84	1,663	1,989	2,372	2,636	3,19
85	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189
86	1,663	1,988	2,37	2,634	3,188
87	1,663	1,988	2,37	2,634	3,187
88	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185
89	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184
90	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183
91	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182
92	1,662	1,986	2,368	2,63	3,181
93	1,661	1,986	2,367	2,63	3,18
94	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179
95	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178
96	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177
97	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176
98	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175
99	1,66	1,984	2,365	2,626	3,175
100	1,66	1,984	2,364	2,626	3,174