

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Husein Sastranegara Bandung

Tomy Andrianto, SST., MM.Par,

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : tomyandrianto@polban.ac.id

Any Ariani Noor, M.Sc

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

E-mail : anynoor@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi konsumen atas kualitas pelayanan bandara, melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Husein Sastranegara Bandung dan mengungkap faktor yang menjadi pertimbangan konsumen menentukan kepuasannya terhadap kualitas pelayanan di bandara. Model penelitian yang dikembangkan adalah dengan menentukan delapan dimensi kualitas pelayanan bandara yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, empathy, assurance, Information visibility, Convenience* dan *security*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Unit analisis yang digunakan adalah konsumen yang pernah mendapatkan pelayanan di bandara Husein Sastranegara, Bandung. Jumlah responden sebanyak 152 orang dikumpulkan menggunakan teknik *non probability sampling*. Data dikumpulkan menggunakan *self administered questionnaire*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara dipersepsikan masih belum dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Namun demikian, model yang dibangun dapat menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan bandara terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai yang rendah. Model juga dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan bandara. Hasil lain juga mengungkap rendahnya delapan dimensi kualitas pelayanan bandara mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain yang perlu diungkap dalam penelitian lanjutan.

Kata Kunci

Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan bandara

1. PENDAHULUAN

Bandara (bandara) dipersepsikan sebagai pintu gerbang masuk ke suatu daerah, wilayah atau negara dan telah menjadi salah satu sarana pokok sektor transportasi udara. Untuk dapat melaksanakan fungsinya, bandara harus ditata secara terpadu sehingga pelayanan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Tata penyelenggaraan bandara harus sesuai dengan Keputusan Menteri Perhubungan No. 48 tahun 2002 agar terwujud penyelenggaraan operasi penerbangan yang handal dan berkemampuan tinggi serta memenuhi standar internasional perencanaan bandara, sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh Badan Standarisasi Indonesia (SNI) dan International Civil Aviation Organization (ICAO).

1.1 Latar Belakang masalah

Bandara Husein Sastranegara merupakan bandara potensial dengan pertumbuhan penumpang rata-rata mencapai 25% pertahun sampai tahun 2011 dengan angka 960.000 orang. Pada tahun 2012 pertumbuhan penumpang di Bandara Husein Sastranegara mencapai 97,5% atau 1,8 juta penumpang setahun, terdiri dari 1,2 juta penumpang domestik, dan 600.000 penumpang internasional (dephub.go.id, 2013). Kenaikan ini terjadi karena pembukaan rute baru dari dan menuju Bandung (Sunoko dalam Nugroho, 2012), seperti peningkatan penerbangan dari *Airlines* yang sudah beroperasi atau masuknya *Airlines* baru baik domestik atau Internasional di Bandara Husein. Pada tahun 2012 penerbangan tumbuh 70,1% menjadi 17.529 setahun, yaitu domestik sebanyak 12.494 dan internasional 5.035 penerbangan. Peningkatan jumlah penumpang dan penerbangan ini tentu saja harus diantisipasi dengan peningkatan pelayanan di bandara.

Masih kurang baiknya pelayanan bandara Husein Sastranegara dikeluhkan banyak kalangan sejak lama. Kurangnya pelayanan di bandara Husein Sastranegara memberikan citra buruk pada industri pariwisata kota Bandung. Dalam hal pelayanan, penumpang menilai kondisi bandara Husein Sastranegara Bandung sangat tidak layak, terutama jarak antara kedatangan penumpang dengan barang sangat dekat, sehingga sering terjadi antrian yang panjang hingga ke luar bandara (Saleh dalam Tommy, 2010). Pelayanan lain di bandara Husein Sastranegara juga menjadi hal utama buruknya pelayanan, seperti pada proses imigrasi penumpang yang turun harus menunggu lama, termasuk petugas imigrasi yang kurang ramah, dan ruang tunggu yang tidak representatif (Herdivan, 2011).

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bandara Husein Sastranegara Bandung?
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Aktivitas bandara dilakukan dalam tiga area yang berbeda (ACCC, 2004), yaitu (1) *airside area* terdiri dari fasilitas yang berhubungan dengan *runway*, *taxiway* dan *apron system* (2) terminal, yaitu pelayanan atas fasilitas yang berada dalam gedung terminal dan berhubungan dengan perpindahan penumpang, barang termasuk standar kenyamanan penumpang (3) *ground access* terdiri dari pelayanan fasilitas yang berhubungan dengan akses, termasuk area parkir, dan jalan masuk menuju bandara. Sementara Yusuf (2011) membagi bandara menjadi dua bagian, yaitu (1) *landside area* yang terdiri dari terminal dan area parkir (2) *airside area*, yaitu *runaway* dan *apron* (area khusus untuk persiapan penerbangan dan termasuk dalam *restricted area*. Pada studi ini, area yang menjadi objek penelitian adalah *landside area*, atau area terminal, karena studi dilakukan untuk mendapatkan jawaban atas persepsi konsumen terhadap fasilitas publik yang dapat digunakan oleh mereka.

2.1 Kualitas Pelayanan Bandara

Peningkatan kualitas pelayanan bandara banyak dilakukan oleh bandara di seluruh dunia untuk memberikan pengalaman pelayanan bandara yang baik kepada penumpang. Peningkatan kualitas pelayanan menjadi sangat penting dalam bisnis bandara, karena sebagai pemberi jasa harus secara komprehensif memberikan

seluruh pelayanan yang diperlukan penumpang. Beragam pelayanan terus mengalami inovasi dan pembaharuan sejalan dengan kemajuan dan penggunaan teknologi (ASQ Survey, 2011). Kualitas pelayanan bandara perlu dikelola secara profesional dengan memprioritaskan pelayanan kepada pelanggan secara berkelanjutan dan terukur agar dapat mengetahui kinerja jasa bandara. Parasuraman dkk dalam Fodness dan Murray (2007) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang konsumen terima. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu harapan konsumen (*expectation*) dan kinerja yang dirasakan konsumen (*performance*). Kualitas pelayanan bandara sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan konsumen. Fodness dan Murray (2007) melakukan pengukuran kualitas pelayanan bandara untuk tujuan: (1) Menilai persepsi harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan, (2) Mengidentifikasi dan melakukan prioritas pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di bandara dan (3) Menciptakan indikator untuk memberikan pelayanan yang berkesinambungan pada kualitas pelayanan di bandara.

2.2 Model Kualitas Pelayanan Bandara

Teori kualitas pelayanan bandara secara umum merujuk pada kualitas pelayanan dengan menggunakan model teori kesenjangan (*gap*). Dimensi kualitas pelayanan yang banyak digunakan adalah dimensi yang pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman dkk pada tahun 1988, dikenal dengan istilah SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi kepuasan konsumen, yaitu: (1) *tangible*; (2) *reability*; (3) *responsiveness*; (4) *assurance*; dan (5) *empathy* (dalam Lee dan Lin, 2005). Kelima dimensi tersebut merupakan dimensi yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada industri jasa dan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada bandara. Khireldin dkk (2011) mengembangkan dimensi yang digunakan untuk menganalisa kualitas pelayanan bandara yang terdiri dari (1) *comfort*, (2) *processing time*, (3) *convenience*, (4) *courtesy of staff*, (5) *information visibility* dan (6) *security*.

Pada studi yang dilakukan Fodness dan Murray (2007) di bandara Amerika, banyak peneliti mengukur kualitas pelayanan bandara dengan melakukan diskusi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) di bandara daripada melakukan survey terhadap penumpang. Studi yang sama juga dilakukan oleh Rhoades dkk dalam Fodness dan Murray (2007) yang mengembangkan daftar kunci faktor pembentuk kualitas bandara dari persektif beragam *stakeholders*, yang terdiri dari (1) *passenger service issues*, (2) *airport access*, (3) *airlines airport interface* dan (4) *inter-terminal transport*. Studi lain yang dilakukan Yeh dan Kuo (2002) mengemukakan bahwa pendekatan terhadap kualitas pelayanan bandara dapat diidentifikasi dengan enam

kategori pelayanan (1) *comfort*, (2) *processing time*, (3) *convenience*, (4) *courtesy of staff*, (5) *information visibility* dan (6) *security*.

Berdasarkan studi yang dilakukan para ahli mengenai kualitas pelayanan diatas, maka pada studi ini, dimensi kualitas pelayanan yang digunakan merupakan bagian dari pengembangannya. Pada keseluruhannya terdapat beberapa persamaan dimensi. Berdasarkan dimensi dari peneliti terdahulu, tidak seluruh dimensi tepat digunakan untuk studi yang dilakukan di bandara Husein Sastranegara. Beberapa dimensi dapat digabungkan dengan dimensi lainnya karena memiliki arti yang mirip. Sehingga dalam studi ini dibangun dimensi yang dapat mewakili tingkat kualitas pelayanan sesuai dengan kondisi yang ada di bandara Husein Sastranegara.

2.3 Kepuasan Konsumen Bandara

Telah menjadi suatu kepercayaan umum, khususnya didunia bisnis, bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas (Barsky, 1992). Karena kepercayaan tersebut, banyak studi dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen. Sehingga banyak definisi diberikan kepada istilah "*customer satisfaction*" atau kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2004) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai "*the extent to which product' perceived performance matches a buyer's expectation*" (h.17). Zeithaml dan Bitner (2000) mendefinisikan kepuasan sebagai "*Satisfaction is the customer's fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product of service it self, provides a pleasureable level of consumption-related fulfillment*" (h.75).

Dari definisi tersebut terdapat suatu kesamaan makna bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Jika konsumen merasa apa yang ia peroleh lebih rendah dari yang diharapkannya (negatif diskonfirmasi) maka konsumen tersebut tidak akan puas. Sebaliknya, jika yang diperoleh konsumen melebihi apa yang ia harapkan (positif diskonfirmasi) maka konsumen akan puas. Sedangkan pada keadaan dimana apa yang diterima sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen tersebut akan merasakan tidak puas dan cukup puas (netral). Apabila pelanggan merasa puas, maka efek yang timbul adalah keinginan pelanggan mengulang pelayanan yang pernah diterimanya. Hal tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan Fodness dan Murray (2007), yang menyatakan bahwa kemampuan bandara memberikan kepuasan kepada konsumen akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan bandara tersebut sebagai tempat

memulai perjalanannya atau persinggahan dalam jadwal penerbangannya

2.4 Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan di Bandara

Pengalaman penumpang di bandara sangat penting untuk mengukur tingkat kepuasan atas kualitas pelayanan bandara. Faktor yang akan membentuk kepuasan pelanggan berbeda antara bandara satu dan lainnya, hal tersebut berkaitan dengan kondisi bandara yang berbeda. Untuk mengetahui faktor pembentuk kepuasan pelanggan di bandara, perlu dilakukan studi terhadap faktor-faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di bandara. Husein Sastranegara merupakan salah satu bandara internasional di Indonesia yang melayani penerbangan domestik dan internasional. Meskipun dikategorikan sebagai bandara internasional, bandara Husein Sastranegara masih banyak mendapat keluhan dari penumpang, baik penumpang domestik, maupun penumpang mancanegara (Saleh dalam Tommy, 2010; Herdivan, 2011).

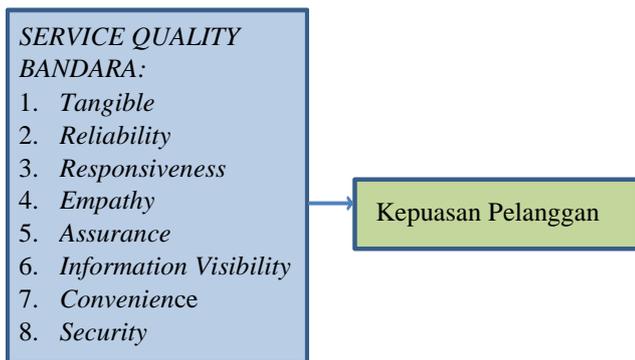
Untuk meningkatkan kepuasan konsumen di bandara Husein Sastranegara, maka perlu ditentukan faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan di bandara. Berdasarkan diskusi diatas, maka faktor pembentuk kepuasan konsumen yang digunakan adalah: (1) *tangible* (2) *reliability* (3) *responsiveness* (4) *empathy* (5) *assurance* (6) *Information visibility* (7) *Convenience* dan (8) *security*.

Tangible (bukti fisik) diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi dirinya, seperti kondisi gedung terminal bandara, fasilitas teknologi yang tersedia, penampilan karyawan. Secara keseluruhan hal tersebut berhubungan dengan bukti fisik yang dapat dilihat keberadaannya. *Reliability* (keandalan) menjelaskan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan pada pelanggan. *Responsiveness* (daya tanggap) berarti kemampuan perusahaan dalam menunjukkan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. *Assurance* (jaminan dan kepastian) berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggannya pada perusahaan, didalamnya terdapat unsur etika karyawan, kredibilitas, rasa aman pelanggan. *Empathy* (perhatian) berisi perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan dengan maksud perusahaan memahami lebih jauh keinginan dan kebutuhan pelanggannya (Yulianto, 2009). *Information visibility* memberikan pengertian mengenai kemampuan perusahaan memberikan informasi jadwal penerbangan yang akurat dan tanda lain yang berhubungan dengan informasi. *Convenience* adalah kemampuan bandara memberikan fasilitas layanan yang diperlukan konsumen, seperti restoran, toko ATM dan lainnya. Sementara *security* adalah kemampuan perusahaan

memberikan rasa aman atas keberadaan konsumen di bandara dan keamanan atas seluruh fasilitas di bandara (Khireldin dkk, 2011).

2.5 Hipotesis

Berdasarkan teori yang dikembangkan, model penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang akan membentuk kepuasan konsumen (gambar 1). Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen ini digambarkan sebagai berikut



Gambar 1: Model Penelitian

Dengan demikian hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah: **Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bandara Husein Sastranegara Bandung.**

3. METODE PENELITIAN

Tujuan dari studi ini adalah untuk memahami hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dengan demikian unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah pada tingkat individu, yaitu orang yang telah mendapatkan pelayanan di bandara Husein Sastranegara melalui *cross sectional data* yang dikumpulkan dari konsumen di bandara Husein Sastranegara, Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sumarni dan Wahyuni, 2006). Total responden dalam penelitian ini adalah 152 orang responden. Pilot test dilakukan untuk menjaga tingkat validitas dan reliabilitas atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dan untuk menguji apakah pertanyaan dalam kuesioner bisa dimengerti oleh responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diisi sendiri oleh responden (*self administered*).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil responden

Total jumlah responden sebenarnya 152 orang, terdapat beberapa responden yang tidak mengisi semua pertanyaan mengenai profil mereka sendiri, sehingga beberapa pertanyaan mengenai profil ini tidak dijawab dengan lengkap. Selanjutnya dirangkum lebih detail pada tabel 1 dibawah ini,

Tabel : Profil Responden

Jenis Kelamin	Pria	72 orang
	Wanita	79 orang
Usia	< 25 tahun	68 orang
	25 – 35 tahun	24 orang
	36 – 45 tahun	32 orang
	>45 tahun	24 orang
Pekerjaan	Pelajar/ mahasiswa	54 orang
	Pegawai swasta	36 orang
	Wiraswasta	20 orang
	PNS	20 orang
	Lainnya	17 orang
Penghasilan	< 2juta	60 orang
	2 – 4 juta	37 orang
	4 – 6 juta	24 orang
	> 6 juta	6 orang
Terakhir kali terbang	< 1 bulan	39 orang
	1 – 3 bulan	42 orang
	> 3 bulan	69 orang
Jumlah terbang	< 5 kali	101 orang
	6 – 10 kali	36 orang
	> 10 kali	14 orang

Profil responden menunjukkan tidak ada perbedaan gender yang besar dalam penelitian ini, bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan jumlah yang sama dalam perjalanannya menggunakan pesawat. Usia responden juga mengindikasikan bahwa responden pada usia produktif banyak melakukan perjalanan menggunakan alat transportasi udara. Perjalanan menggunakan pesawat saat ini tidak didominasi oleh pegawai saja, tetapi juga oleh pelajar dan mahasiswa. Sementara, kapan terakhir pelanggan terbang melalui bandara Husein Sastranegara penting dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk mengingat dengan mudah pelayanan yang pernah diterima di Bandara Husein Sastranegara. Semakin konsumen dekat dengan waktu terakhir kali menggunakan pelayanan di Bandara Husein dipersepsikan semakin konsumen dapat menjawab dengan baik pelayanan yang diterima. Dengan jumlah terbang pelanggan dari bandara Husein Sastranegara, dapat dijelaskan meskipun mayoritas responden terbang kurang dari 5 kali melalui bandara Husein, tetapi responden telah mendapatkan pelayanan dan merasakan pelayanan yang diterima dari Bandara Husein.

4.3 Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bandara

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Bandara Husein sastranegara rata-rata sebesar 3.3653 yang berarti kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara dianggap biasa saja atau belum baik, seperti disampaikan pada tabel 2.

Tabel 2: Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SERVQUAL	152	1.52	4.44	3.3653	.51159
Valid N (listwise)	152				

Delapan dimensi yang digunakan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap bandara Husein Sastranegara ditampilkan pada tabel 3.

Tabel 3: Persepsi konsumen terhadap dimensi Kualitas Pelayanan Bandara

Dimensi	Mean	Std. Dev
Information	3.56	.64
Assurance	3.46	.69
Security	3.39	.81
Convenience	3.35	.59
Responsiveness	3.33	.79
Reliability	3.30	.79
Tangible	3.27	.62
Empathy	3.00	.80

Berdasarkan tabel 3 dapat dijelaskan bahwa kejelasan informasi penerbangan, informasi frekuensi ketersediaan ruang tunggu dan kejelasan informasi bisa dikatakan cukup baik. Begitu juga dengan *assurance* bahwa kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan, etika dan pelayanan informasi yang simpatik, cukup baik, dengan nilai yang lebih kecil dari dimensi Informasi. Dimensi *security* yang didalamnya menunjukkan indikasi bahwa tingkat keamanan bandara, Kualitas fasilitas keamanan (X-ray, *security gate*) juga masih dianggap cukup baik. Dimensi *convenience* mengindikasikan kenyamanan ruang tunggu, toilet, toko, restoran, tempat penukaran uang, mesin ATM dan *trolley* bagasi bisa dikatakan cukup baik. Begitu juga dimensi *Responsiveness*, menunjukkan kemampuan membantu konsumen, keinginan memecahkan masalah konsumen dinilai masih cukup, dan *reliability* (kehandalan) yang ditunjukkan dengan ketepatan dan kecepatan waktu memberikan pelayanan juga cukup, dan cenderung belum baik. Sementara *Tangible*, merupakan dimensi yang menilai penampilan gedung terminal, fasilitas teknologi, penampilan karyawan dan fasilitas ruang tunggu masih belum baik. Serta, *emphaty*

merupakan dimensi dengan nilai terkecil yang diukur dan dinilai paling rendah, terdiri dari kemampuan karyawan memberikan perhatian secara individu dan mengetahui kebutuhan konsumen juga dinilai masih belum baik, bahkan paling kecil diantara kualitas pelayanan lainnya.

Secara keseluruhan, delapan dimensi kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan bandara Husein sastranegara yang biasa saja atau cukup. Meskipun dimensi Informasi dan *Assurance* merupakan dua dimensi dengan nilai tertinggi namun kedua dimensi tersebut juga belum memperlihatkan persepsi yang ideal atau baik bagi pelayanan di bandara Husein Sastranegara. Nilai standar deviasi yang cukup tinggi juga memperlihatkan keberagaman jawaban yang diberikan responden. Standar deviasi untuk dimensi *Responsiveness*, *Reliability*, *Empathy* dan *Security* dinilai tinggi berarti keragaman jawaban dari responden untuk empat dimensi tersebut sangat beragam.

4.3 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan analisa korelasi tingkat keeratan hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu 0,620 memperlihatkan hubungan yang signifikan, positif dan cukup kuat karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan kata lain, peningkatan pada faktor kualitas pelayanan akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan.

Begitu juga dengan hasil analisa regresi yang dilakukan untuk melihat seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Husein sastranegara, menunjukkan bahwa R square sebesar 0,384, berarti bahwa hanya 38,4% kepuasan pelanggan di bandara Husein Sastranegara dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari 8 dimensi diatas. Sementara 61,6% kualitas pelayanan konsumen di Bandara Husein disebabkan oleh faktor lain diluar kualitas pelayanan yang tidak diteliti dalam studi ini.

Tabel 4: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std error of the setimate
1	.620 ³	.384	.380	.54032

Berdasarkan tabel Anova, menunjukkan tingkat signifikansi ANOVA atau *Analysis of Variance* yang juga disebut dengan T test memiliki nilai 93.621 degan tingkat signifikansi 0,000. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan. Koefisien regresi bernilai positif mencerminkan semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan terlihat signifikan. Hal ini dianggap menjadi penting dan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Atas dasar ini dapat dinyatakan bahwa Hipotes penelitian

terbukti, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Husein Sastranegara.

4.4 Faktor-faktor pertimbangan konsumen

Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara yang ditunjukkan dengan nilai analisa rata-rata 3,3 atau tingkat pelayanan yang bisa disebut biasa saja atau cukup baik, menunjukkan bahwa konsumen sebenarnya menginginkan kualitas pelayanan mencapai tingkat kepuasan yang ideal, yaitu berada pada rentang 4,5 sampai 5. Tentunya penilaian konsumen masih jauh dari penilaian ideal yang seharusnya diterima konsumen.

Kedelapan dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan bandara Husein Sastranegara, secara ideal belum menunjukkan tingkat kepuasan konsumen. Angka sebesar 38,4% yang ditunjukkan pada R Square pada tabel 4 menunjukkan bahwa kedelapan dimensi belum sepenuhnya mewakili faktor penentu kepuasan konsumen. Maksudnya disamping kedelapan hal tersebut masih ada faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan bandara Husein Sastranegara agar mencapai hasil yang ideal. Delapan dimensi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Information, Assurance, Security, Convenience, Responsiveness, Reliability, Tangible dan Empathy*. Diluar itu masih terdapat faktor lain yang perlu dipertimbangkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di bandara.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Kegiatan penelitian ini ditujukan terhadap konsumen yang pernah mendapatkan pelayanan di Bandara Husein Sastranegara. Hal ini tidaklah mudah karena beberapa keterbatasan untuk mendapatkan responden yang tepat dan direncanakan sebelumnya. Kriteria responden yang diharapkan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan seluruh pelayanan di Bandara Husein Sastranegara, namun masih banyak dari konsumen hanya menggunakan sebagian besar fasilitas bandara saja. Dengan demikian, penilaian konsumen pengguna bandara belum seluruhnya dapat mencerminkan persepsi konsumen terhadap penilaian bandara tersebut.

Keterbatasan lainnya dalam penelitian ini, yaitu mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan kelompok usia kurang dari 25 tahun. Hal ini tentunya memberikan persepsi yang berbeda dengan golongan responden pada rentang usia lainnya. Keterbatasan ragam usia responden juga terungkap dari pengalaman terakhir yang mereka dapatkan di Bandara. Meskipun tempat pelaksanaan pengumpulan data direncanakan lebih banyak

atau dengan kata lain, bandara Husein Sastranegara masih belum dapat memberikan kepuasan ideal kepada konsumen dari sisi *information, tangible, assurance, security, convenience, responsiveness, reliability, empathy*.

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil yang positif dan signifikan. Hal ini berarti meskipun delapan dimensi kualitas pelayanan bandara yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan pelanggan, namun model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Delapan dimensi kualitas pelayanan bandara yang digunakan dalam penelitian ini hanya memberikan sebagian kecil saja pertimbangan konsumen dalam menentukan kualitas pelayanan di bandara. Tentunya masih ada faktor lain yang belum digunakan dan diungkap diluar ke-delapan dimensi yang berpengaruh serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

5.2 SARAN

Terdapat beberapa saran yang diusulkan peneliti untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bandara Husein Sastranegara Bandung, yaitu:

1. Dilakukan penelitian lanjutan untuk mengungkap faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen di bandara, seperti penilaian konsumen terhadap area luar bandara (tempat parkir, fasilitas umum lain) yang mampu memberikan persepsi terhadap keseluruhan kualitas pelayanan bandara.
2. Memberikan pelatihan pelayanan prima untuk pegawai di bandara, mengingat rendahnya nilai *empathy* dan *responsiveness* pegawai. Tentunya hal tersebut akan meningkatkan kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang lebih baik.
3. Kebersihan fasilitas bandara yang dikeluhkan konsumen dapat ditingkatkan dengan melakukan penjadwalan kebersihan, seperti toilet dan fasilitas umum lainnya.
4. Pemberian Informasi yang tepat dan cepat menjadi peran penting di Bandara karena konsumen pasti membutuhkan hal ini. Bandara Husein Sastranegara perlu memperbaharui dan memperbaiki serta menambah tanda-tanda informasi yang tersedia di area bandara, misalnya tanda arah pembayaran airport tax, arah tanda pengambilan bagasi, tanda alur akses keluar dan masuk bandara. Hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi sistem informasi yang terintegrasi bahkan interaktif disetiap area yang digunakan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bandara udara Husein Sastranegara Bandung masih belum baik

DAFTAR PUSTAKA

- [1] ACCC, 2004, guidelines for quality of service monitoring at airports, Australian Competition & Consumer Commission, online edition
- [2] ASQ Survey, 2011, Airport Service Quality, Benchmarking the global airport industry, Best practice report, Airport Council International, online edition, Geneva, Switzerland
- [3] Barsky, Jonathan (1992). Customer Satisfaction in the Hotel Industry: Measurement dan Meaning. *Cornell H. R. A. Quarterly*, 7. (20-41).
- [4] Fodness, D dan Murray, B (2007), Passengers' expectations of airport service quality, *Journal of Service Marketing*, 21/7, pp. 492-506. Diakses pada: www.emeraldinsight.com/0887-6045.htm
- [5] Fornell, Claes; Johnson, Michael D.; Danerson, Eugene W.; Cha, Jaesung; Bryant, Barbara Everitt (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, dan Findings. *Journal of Marketing*, 60(10). (7-18).
- [6] Gremler, Dwayne D. dan Brown, Stephen W. (1997). Service Loyalty: It's Nature, Importance, dan Implications. *Advancing Service Quality: A Global Perspective*, Edvardsson dkk., (eds) Quiz 5, Conference Processing, University of Karlstad, Sweden, (171-181).
- [8] Hair, Anderson, Tatham, Black.(1998). *Multivariate Data Analysis.Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall. USA
- [9] Herdivan (2011), Kualitas sebagian bandara di Indonesia mengecewakan, diakses pada:<http://bisnis-jabar.com/index.php/berita/pelayanan-bandara-harus-ditingkatkan>
- [10] Kandampully dan Dwi Suhartanto (2003) The Role of Customer Satisfaction dan Image in Gaining Customer Loyalty. *Journal of Hospitality dan Leisure Marketing*.Vol. 10. No ½. 2003.
- [11] Khireldin, A., Zaher, HM, dan Elmoneim, AM, (2011), A fuzzy approach for evaluating the performance and service quality of airport, *Egyptian Aviation Academy, Cairo University, Egypt*
- [12] Kotler, Philip dan Armstrong (2004).*Principles of Marketing*.Prentice Hall.
- [13] Lee, G.G. dan Lin, H.F (2005), Customer perceptions of e-service quality in online shopping, *International Journal of retail and distribution management*, Vol 33, No. 2, pp.161-176. Diakses pada:www.emeraldinsight.com/0959-0552.htm
- [14] Nugroho R (2012), Angkasa Pura II benahi bandara, diakses pada: <http://industri.kontan.co.id/news/angkasa-pura-ii-benahi-bandara>
- [15] Noor, A. (2005), To what extend do the service quality and price influence customer decision making in choosing to fly with Airline low costs?, Bournemouth University, UK. Dissertation
- [16] Sekaran, Uma (1992) *Business Research Methods*.McGraw-Hill.
- [17] Sugiyama, A. Gima (2008), *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*, Bandung, Guardaya Intimarta
- [18] Tommy (2010), Pelayanan bandara Husein Sastranegara sangat buruk, *DemokratNews*, diakses pada: <http://demokratnews.com/pelayanan-bandara-husein-sastranegara-sangat-buruk>
- [19] Yamin, S dan Kurniawan, H (2009), *SPSS complete, Teknik Analisis Statistik terlengkap dengan software SPSS*, Jakarta, Salemba Infotek.
- [20] Yeh CH dan Kuo, YL (2002), Evaluating passenger services of Asia-Pacific international airports, *Transportation Research Part E*, pp.39-48
- [21] Yulianto, A (2009), *Kajian kualitas pelayanan: Industri jasa penerbangan pasca kecelakaan pesawat*