

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penumpang Lion Air di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang

Gerda Marselina Andriyani Odem

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

gerdaodem@gmail.com

ABSTRACT

Lion Air is one of many other airlines operating at El Tari International Airport in Kupang. This airline is in great demand by people in the city of Kupang because the fares are quite low and affordable for people from the middle class. This research aims to determine how much influence the quality of service (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) has on customer loyalty. This study uses a quantitative approach with data collection carried out on 5 – 30 October 2021 by distributing questionnaires to Lion Air customers. Analysis of the data method used using Multiple Linear Regression Analysis with the aim of knowing the effect of one or more independent variables on the dependent variable. This research was conducted by distributing a survey to 100 customers who have used the services of Lion Air at El Tari Kupang International Airport. The results of the study show that (1) the tangibles variable is not significantly related to customer loyalty, (2) reliability is significantly related to customer loyalty, (3) responsiveness is not significantly related to customer loyalty, (4) assurance is not significantly related on customer loyalty, (5) empathy has a significant effect on customer loyalty, (6) simultaneously significant values of tangibles (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) empathy (X_5) variables affect customer satisfaction (Y) is $0.00 < 0.05$ and the calculated F value is $19.625 > F$ table 2.31 , so together or simultaneously have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

ABSTRAK

Maskapai Lion Air ialah satu dari sekian banyak maskapai lainnya yang beroperasi di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang. Maskapai ini banyak diminati oleh masyarakat yang ada di kota Kupang karena tarifnya cukup rendah dan terjangkau untuk masyarakat dari golongan menengah. Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan data dilaksanakan pada 5 – 30 oktober 2021 dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Lion Air. Analisis metode data yang digunakan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan survei kepada 100 pelanggan yang sudah menggunakan jasa maskapai *Lion Air* di bandar Udara Internasional El Tari Kupang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel *tangibles* tidak berkaitan secara signifikan atas loyalitas pelanggan, (2) *reliability* berkaitan secara signifikan atas loyalitas pelanggan, (3), *responsiveness* tidak berkaitan secara signifikan atas loyalitas pelanggan, (4) *assurance* tidak berkaitan secara

signifikan atas loyalitas pelanggan, (5) *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (6) secara simultan nilai signifikan dari variabel *tangibles*(X_1), *reliability*(X_2), *responsiveness*(X_3), *assurance*(X_4) *empathy*(X_5) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu $0,00 < 0,05$ serta nilai F hitung $19,625 > F$ tabel 2,31 maka bersama sama atau simultan berpengaruh secara signifikan pada loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Transportasi udara hadapi perkembangan yang amat cepat, perihal itu dapat diamati banyaknya perusahaan serta perusahaan penerbangan yang melayani penerbangan domestik hingga penerbangan internasional. Naiknya jumlah pengguna jasa transportasi udara disebabkan oleh adanya kebutuhan dari para pengguna jasa. Efektivitas waktu yang diberikan membuat jasa transportasi udara menjadi pilihan pertama oleh masyarakat dibandingkan dengan menggunakan transportasi darat dan laut.

Pelayanan merupakan salah satu cara dalam memenangkan persaingan, pada upaya memberikan layanan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang harus di penuhi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Bukti fisik yaitu kemampuan karyawan PT Lion Air dalam menunjukkan keahliannya pada pelanggan dapat di lihat dari keyamanan para pelanggan, penampilan karyawan serta fasilitas dalam pesawat, kehandalan yaitu kemampuan dalam memberikan layanan jasa penerbangan secara cermat sesuai apa yang telah dijanjikan serta membagikan layanan yang serupa bagi seluruh penumpang, cepat tanggap dilihat dari cara karyawan PT. Lion Air membagikan jasa yang cepat serta sempurna kepada para penumpang serta membagikan informasi yang nyata, jaminan menjadi kemampuan tersendiri, kesopansantunan serta pengetahuan karyawan PT. Lion Air dalam meningkatkan rasa yakin dari para penumpang, komunikasi ialah diamati dari metode pegawai PT. Lion Air dalam membentuk sebuah hubungan memberikan perhatian kepada pelanggan dan mengerti kebutuhan pelanggan.

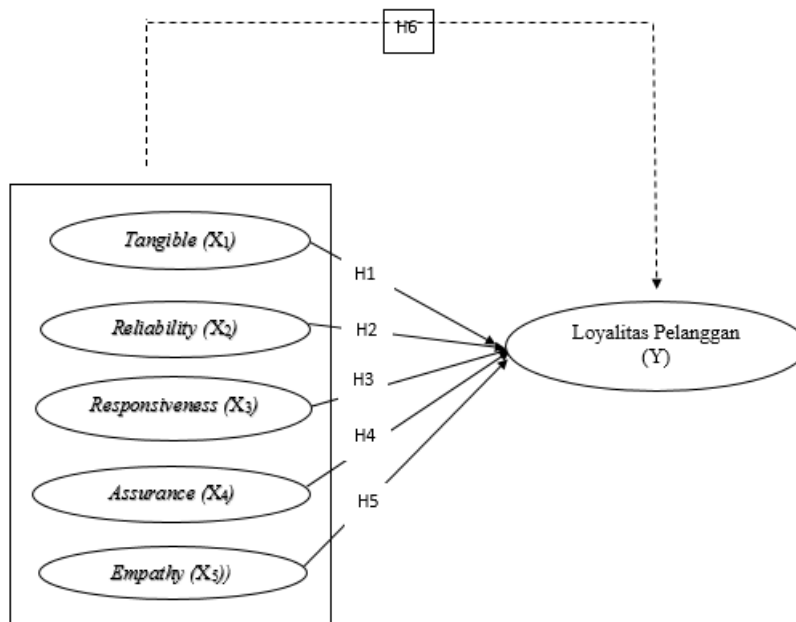
Loyalitas konsumen merupakan suatu bentuk dari kesetiaan seorang pengguna jasa atau pelanggan guna memakai sesuatu produk ataupun pelayanan yang ditawarkan dengan cara terus-menerus, disebabkan mempunyai rasa puas yang besar kepada pelayanan ataupun produk yang telah dipakai dari perihal itu hendak mencuat rasa keinginan mengusulkan pada orang lain supaya mereka bisa merasakan perasaan puas semacam apa yang dialami dikala memakai produk ataupun pelayanan yang dipergunakan.

Maskapai Lion Air ialah satu dari sekian banyak maskapai lainnya yang beroperasi di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang. Maskapai ini banyak diminati oleh masyarakat yang ada di kota Kupang karena tarifnya cukup rendah. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan kuesioner sederhana tentang kualitas layanan kepada penumpang Maskapai *Lion Air* pada tanggal 6 juli 2021 dengan responden sebanyak 30 responden. Dari hasil yang didapatkan dengan perhitungan menggunakan SPSS v.22, jumlah penumpang yang merasa belum puas terhadap layanan yang diberikan yaitu sebanyak 53,3% penumpang. Pengumpulan responden ini berasal dari berbagai kalangan masyarakat dengan kriteria responden yang sudah ditentukan. Dari latar belakang yang telah ditulis oleh peneliti hingga dari itu peneliti terpicat untuk melaksanakan riset dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang**”.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Alasannya yakni karena data-data yang didapat berbentuk nilai yang diskalakan dalam wujud angka. Tujuan menggunakan penelitian kuantitatif ialah sebagai bentuk pengembangan serta memakai model-model matematis, teori- teori dan anggapan yang berhubungan dengan kejadian yang terjal. Pendekatan kuantitatif Sugiyono (2017), merupakan tata cara yang berdasarkan pada metafisika potivisme, dipakai guna mempelajari pada populasi ataupun sampel khusus. Populasi yang hendak dipakai pada riset ini ialah pelanggan yang menggunakan jasa layanan pada Maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang dengan rute penerbangan domestik berangkat dan tiba di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang (KOE). Pada riset ini peneliti mengenakan metode pengumpulan sampel *Non- Probability sampling*. *Non- Probability sampling* bagi Sugiyono (2017) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur ataupun badan populasi guna diseleksi menjadi sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah pendekatan *Purposive Sampling* karena memiliki kriteria tertentu untuk dijadikan sampel seperti pelanggan yang sudah menggunakan layanan maskapai *Lion Air* lebih dari dua atau tiga kali. Teknik pengambilan data yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner. dalam teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinan.

Kerangka berpikir



peneliti (2021)

Keterangan :

- ▶ = Pengaruh Secara Parsial
- ▶ = Pengaruh Secara Simultan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalisasi Data

Variabel	<i>Kolmogorov-sminor</i>	sig	<i>p-value</i>	Keterangan
<i>Unstandardized residual</i>	0.048	0,200 ^{c,d}	$p > 0,05$	normal

Tabel 1 Hasil *Output* Uji Normalitas

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dari tabel diatas melihatkan hasil dari nilai *p-vlue* semua variabel ternyata lebih besar dari taraf signifikan ($0,200^{c,d} > 0,05$) oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa semua data memiliki sebaran data yang normal.

Uji MultikolinieritasTabel 2 Hasil *Output* Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	0,344	2.905	Bebas masalah Multikolinieritas
Kehandalan (X_2)	0,367	2,724	Bebas masalah Multikolinieritas
Data Tanggap (X_3)	0,752	1,330	Bebas masalah Multikolinieritas
Jaminan (X_4)	0,427	2,341	Bebas masalah Multikolinieritas
Empati (X_5)	0,324	3,087	Bebas masalah Multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Hasilnya menunjukkan semua variabel memiliki *tolerance* lebih dari 0,1 dan $VIF < 10$. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa hasilnya bebas dari gejala multikolinieritas dalam model regresi yang dipakai.

Uji HeterokedastisitasTabel 3 Hasil *Output* Uji Heterokedastisitas

Variabel	<i>P-value</i>	Sig	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	0,885	$p > 0,05$	Tidak ada masalah Heterokedastisitas

Kehandalan (X ₂)	0,773	p > 0,05	Tidak ada masalah Heterokedastisitas
Data Tanggap (X ₃)	0,731	p > 0,05	Tidak ada masalah Heterokedastisitas
Jaminan (X ₄)	0,892	p > 0,05	Tidak ada masalah Heterokedastisitas
Empati (X ₅)	0,064	p > 0,05	Tidak ada masalah Heterokedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dari tabel diatas dapat dikatakan tidak ada masalah Heterokedastisitas yang terjadi pada proses estimasi parameter model penduga sebab nilai signifikan variabel bebas memiliki hasil > 0,05 maka dari itu model regresi yang digunakan bebas dari gejala Heterokedastisitas.

Tabel 4 Hasil output Uji Linearitas.

Variabel	Sig. linearity	Sig	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	0,000	P < 0,05	Linear
Kehandalan (X ₂)	0,000	p < 0,05	Linear
Data Tanggap (X ₃)	0,000	p < 0,05	Linear
Jaminan (X ₄)	0,000	p < 0,05	Linear
Empati (X ₅)	0,000	p < 0,05	Linear

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dari hasil tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel kualitas layanan mempunyai hubungan yang linear dimana hasil dari nilai sig linearitas < 0,05. Oleh sebab itu maka variabel kualitas pelayanan (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅) dan variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai yang linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda.

Keterangan	Koefisien	t-hitung	Signifikan
Konstanta	2,939		
Bukti Fisik (X ₁)	0,039	0,392	0,696
Kehandalan (X ₂)	0,280	2,813	0,006
Daya Tanggap (X ₃)	0,047	0,578	0,564
Jaminan (X ₄)	0,027	0,262	0,794
Empati (X ₅)	0,277	2,707	0,008

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda diukur dengan menggunakan persamaan seperti dibawah ini :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_5$ = Koefisien regresi berdasarkan variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅

X₁ = *Tangibel*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *Responsiveness*

X₄ = *Assurance*

X₅ = *Emphaty*

Dengan persamaan : $Y = 2,939 + 0,039 X_1 + 0,280 X_2 + 0,047 X_3 + 0,027 X_4 + 0,277 X_5 + e$

Berdasarkan dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Nilai konstanta yang didapat sebesar 2,939 nilai ini menunjukkan bahwa apabila nilai koefisien regresi variabel independen adalah 0 maka variabel dependen memiliki tingkat koefisien sebesar bernilai 2,939.
- b. Nilai koefisien regresi X₁ sebesar 0,039 menunjukkan bahwa hubungan searah antara variabel bebas X₁ dan variabel terikat Y, yang berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas X₁ akan diikuti

oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat Y dengan nilai sebesar 0,093 atau 3,9%

- c. Nilai koefisien regresi X_2 bernilai sebesar 0,280 menunjukkan hubungan searah antara variabel bebas X_2 dengan variabel terikat Y. hal ini berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas X_2 akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat Y dengan nilai sebesar 0,280 atau 28%.
- d. Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,047 menunjukkan hubungan searah antara variabel bebas X_3 dengan variabel terikat Y. yang berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas X_3 akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat Y dengan nilai sebesar 0,047 atau 4,7%
- e. Nilai koefisien regresi X_4 sebesar bernilai 0,027 menunjukkan hubungan tidak searah antara variabel bebas X_4 dengan variabel terikat Y. yang berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas X_4 tidak akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat Y dengan nilai sebesar 0,027 atau 2,7 %
- f. Nilai koefisien regresi X_5 sebesar bernilai 0,277 menunjukkan hubungan searah antara variabel bebas X_5 dengan variabel terikat Y. yang berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas X_5 akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat Y dengan nilai sebesar 0,277 atau 27,7%.

Uji Parsial (uji T)

Pengambilan keputusan uji parsial merupakan pengambilan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y), sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh variabel independent (X) secara parsial terhadap variabel dependent (Y).

Tabel 6 Hasil Output Uji T

Ket.	t_{hitung}	Sig.	t_{tabel}	Cut-off	Uji t	
Bukti fisik (X_1)	0,392	0,696	1,985	0,05	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Sig 0,696 > 0,05
Kehandalan (X_2)	2,813	0,006	1,985	0,05	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Sig 0,006 < 0,05
Daya Tanggap (X_3)	0,578	0,564	1,985	0,05	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Sig 0,564 > 0,05

					t_{tabel}	
Jaminan (X_4)	0,262	0,794	1,985	0,05	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Sig 0,794 > 0,05
Empati (X_5)	2,707	0,008	1,985	0,05	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Sig 0,008 < 0,05

Sumber : Data primer yang diolah (2021).

Berdasarkan dari output SPSS v.22.0 diatas mendapat perbedaan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk variabel Bukti Fisik (X_1) , Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) sebagai berikut :

Diperoleh hasil perbandingan antara variabel Bukti Fisik (X_1) dengan nilai t_{hitung} 0,392 < t_{tabel} 1,985 dengan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X_1 terhadap Y

- Diperoleh hasil perbandingan antara Variabel Kehandalan (X_2) dengan nilai t_{hitung} 2,813 > t_{tabel} 1,985 dengan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X_2 terhadap Y.
- Diperoleh hasil perbandingan antara Variabel Daya Tanggap (X_3) dengan nilai t_{hitung} 0,578 < t_{tabel} 1,985 dengan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X_3 terhadap Y.
- Diperoleh hasil perbandingan antara Variabel Jaminan (X_4) dengan nilai t_{hitung} 0,262 < t_{tabel} 1,985 dengan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X_4 terhadap Y.
- Diperoleh hasil perbandingan antara Variabel Empati (X_5) dengan nilai t_{hitung} 2,707 > t_{tabel} 1,985 dengan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X_5 terhadap Y.

Uji Signifikan simultan F

Tabel 7 Hasil **Output** Uji F

Variabel	F-Hitung	F-Tabel	p-value
Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati.	19,625	2,31	0,000 ^b

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Dari hasil tabel diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Variabel Bukti Fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,00 < 0,05 dan nilai F_{hitung} 19,625 > 2,31 , maka dari itu variabel Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh secara signifikan pada Loyalitas Pelanggan.

Analisis Koefisien Determinan

Tabel 8 Hasil Uji *Output* Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.715 ^a	.511	.485	1.395

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,485 yang berarti bahwa Variabel Bukti Fisik (X_1) , Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) mempengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 0,485 atau sebesar 48,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 48,5\% = 51,5\%$) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Bukti Fisik (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS v.22.0 dapat diketahui bahwa pengaruh variabel bukti fisik (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang diperoleh hasil nilai untuk variabel bukti fisik (X_1) sebesar 0,039 dengan menggunakan taraf signifikan yaitu 5% atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 1.985, nilai ini menunjukkan bahwa kurang dari dimana $0,039 < 1.985$ dan untuk tingkat signifikan variabel dengan nilai 0,392 yang berarti bahwa tingkat signifikan lebih besar dari taraf signifikan 0,05 yaitu $0,392 > 0,05$. Hal tersebut menandai bahwa variabel bukti fisik (X_1) tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Variabel Kehandalan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y)

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS v.22.0 dapat dikenali bahwasanya pengaruh variabel kehandalan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang diperoleh hasil nilai untuk variabel kehandalan (X_2) sebesar 2,813 dengan menggunakan taraf signifikan yaitu 5% atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 1.985, nilai ini menunjukkan bahwa kurang dari dimana $2,813 > 1.985$ dan untuk tingkat signifikan variabel dengan nilai 0,006 yang berarti bahwa tingkat signifikan

lebih besar dari taraf signifikan 0,05 yaitu $0,006 < 0,05$. Hal tersebut menandai bahwa variabel kehandalan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Variabel Daya Tanggap (X_3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS v.22.0 bisa dikenali bahwasanya pengaruh variabel kehandalan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang diperoleh hasil nilai diperuntukkan variabel daya tanggap (X_3) sebesar 0,578 dengan menggunakan taraf signifikan yaitu 5% atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 1.985, nilai ini menunjukkan bahwa kurang dari dimana $0,578 < 1.985$ dan tingkat signifikan variabel dengan nilai 0,464 yang berarti bahwa tingkat signifikan lebih besar dari taraf signifikan 0,05 yaitu $0,564 > 0,05$. Hal tersebut menandai bahwasanya variabel daya tanggap (X_3) tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Variabel Jaminan (X_4) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian yang sudah dilaksanakan menggunakan aplikasi SPSS v.22.0 mendapatka hasil bahwasanya pengaruh variabel jaminan (X_4) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang diperoleh hasil dari variabel jaminan (X_4) sebesar 0,262 dengan menggunakan nilai taraf signifikan 5% atau 0,05 memperoleh nilai sebesar 1.985, nilai ini menunjukkan bahwa kurang dari dimana $0,262 < 1.985$ serta nilai tingkat signifikan variabel dengan nilai 0,794 yang artinya bahwa tingkat signifikan lebih besar dari taraf signifikan 0,05 yaitu $0,794 > 0,05$. Hal tersebut menandai bahwa variabel jaminan (X_4) tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Variabel Emphaty (X_5) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS v.22.0 mendapatka hasil bahwa pengaruh variabel empati (X_5) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari Kupang memperoleh hasil dari variabel empati (X_5) yaitu sebesar 2,707 dengan menggunakan taraf signifikan 5% atau 0,05 memperoleh nilai sebesar 1.985, angka ini memperlihatkan bahwasanya angka tersebut lebih besar dari yaitu $2,707 > 1.985$ dan untuk nilai tingkat signifikan variabel dengan nilai 0,008 yang berarti bahwa tingkat signifikan lebih besar dari taraf signifikan 0,05 yaitu $0,008 < 0,05$.

Hal tersebut menandai bahwa variabel empati (X_5) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Variabel Tangibles (X_1), Variabel Reliability (X_2), Variabel Responsiveness (X_3), Variabel Assurance (X_4), Variabel Emphaty (X_5) Secara Simultan terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari hasil pengolahan data mempergunakan program SPSS ver.22.0 mendapatkan hasil bahwasanya dari variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel atau $19,625 > 2,31$ dan mempunyai pengaruh sebesar 48,5% dan sisanya 51,5% ($100\% - 48,5\%$) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tangibles (X_1), variabel reliability (X_2), variabel responsiveness (X_3), variabel assurance (X_4) dan variabel emphaty (X_5) yang diterapkan oleh Maskapai *Lion Air* di Bandar Udara Internasional El Tari kupang sudah cukup baik dan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependent (Y).

Kesimpulan

Tidak terdapat pengaruh antara variabel bukti fisik (X_1), daya tanggap (X_3), dan jaminan (X_4) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) pada maskapai *Lion Air* di Bandar udara Internasional El Tari Kupang. Terdapat pengaruh variabel kehandalan (X_2), dan variabel empati (X_5) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) pada maskapai *Lion Air* di Bandar udara Internasional El Tari Kupang. Dari hasil Koefisien Determinasi didapatkan hasil (R^2) sebesar 48,5 yang berarti menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 48,5% sedangkan sisanya 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Saran

Dalam memberikan layana jasa penerbangan domestik maupun internasional harus selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu kualitas layanan dengan melihat pada faktor-faktor dari mutu layanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* agar dapat menciptakan *image* yang baik dimata para pelanggan dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan serta untuk lebih memperhatikan pelayanan di variabel-variabel selain kehandalan dan empati sehingga dapat memenuhi

harapan pelanggan dengan baik. Bagi riset berikutnya bisa menambahkan variabel-variabel yang mana mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriany, Sonaya.(2013). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Restoran Glosis Bandung*. Undergraduate thesis, Universitas Kristen Maranatha.
- Ibrahim, A. Fatih. (2019). Bagasi Lion Air Berbayar, Penumpang Asal NTT kecewa. Diakses Juni 20, 2021 dari <https://limamenit.id/bagasi-pesawat-lion-air-berbayar-penumpang-asal-ntt-kecewa.html>
- Noval, Muhammad.2016. Analisis pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada De'Oak Cofe Resto And Bakery di Surabaya. *Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Marcell, Michael, Michael Adiwijaya. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Auto Bridal Surabaya. *AGORA Vol.5, No.1, 2017*
- Ristanti, V, Muchsin, S, Shihab dan Endi Rekarti.2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Sriwijaya Vol.9, No.17, juni 2011*
- Rizkillah, A., Suryani, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe. *Journal Management, Business, and Accounting, 19(1), 87-9*
- Sugandhy, C., Odelia, G., & Nugroho, A. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Restoran X Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 4(1), 89-102*.
- Umar. Husein.(2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan *Low Cost Carrier*. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMT ransLog). ISSN 2355-4721. Vol.01, No.02, Juli 2014*