

## PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG MASKAPAI "X" DI BANDAR UDARA TJILIK RIWUT

Cindy Chrestina Apriana Tinggam<sup>1</sup> & Arif Fakhrudin<sup>2</sup>

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta<sup>1,2</sup>

Email: [tinggam.cindy00@gmail.com](mailto:tinggam.cindy00@gmail.com)

### Abstrak

Loyalitas konsumen merupakan elemen penting untuk keberhasilan dan keuntungan suatu perusahaan karena semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan terhadap suatu layanan, maka konsumen akan cenderung membeli kembali layanan tersebut lebih sering dan mau mengeluarkan uang lebih banyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai "X". Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei, dengan instrumen angket dan subjek penelitian yang digunakan adalah pengguna jasa maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya yang berjumlah 100 orang. Teknik analisis data dan pengujian data hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 24 sebagai alat bantu pengolahan data. Hasil analisis dengan menggunakan uji t (parsial) variabel Komitmen memperoleh hasil  $4,544 > 1,985$  dan Kepercayaan  $5,324 > 1,985$  yang berarti bahwa variabel Komitmen dan Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas. Hasil pengujian uji F (simultan) memperoleh hasil  $80,453 > F$  tabel  $3,09$  yang berarti Komitmen dan Kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas. Maka berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis H1 dan H2 diterima yang memiliki arti adanya pengaruh signifikan antara Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas penumpang Maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut.

**Kata Kunci:** Komitmen, Kepercayaan, Loyalitas

### Abstract

*Customer loyalty is an important element for the success and profit of a company because the higher the level of customer loyalty to a service, the consumers will tend to repurchase the service more often and be willing to spend more money. The purpose of this study was to determine the Effect of Commitment and Trust on Passengers Loyalty of Airline "X". This research is a quantitative study using a survey method, with a questionnaire instrument and the research subject used is the service user of the airline "X" at Tjilik Riwut Airport, Palangkaraya, totaling 100 people. The technique of data analysis and hypothesis testing applied in this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 24 as a data processing tool. The results of the analysis using the t-test (partial) of the Commitment variable obtained results of  $4,544 > 1,985$  and Trust  $5,324 > 1,985$ , which means that the Commitment and Trust variables partially affect Loyalty. The results of the F test (simultaneous) obtained the results of  $80,453 > F$  table  $3,09$ , which means that commitment and trust simultaneously have an influence on loyalty. So based on the results of hypothesis testing H1 and H2 are accepted which means that there is a significant influence between Commitment and Trust on the Loyalty of Airline "X" passengers at Tjilik Riwut Airport*

**Keyword:** Commitment, Trust, Loyalty



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

### PENDAHULUAN

Pada masa modern ini, keperluan transportasi ialah satu dari sekian banyak keperluan krusial sebagaimana akibat dari aktivitas ekonomi dan sosial. Keperluan ini

menuntut kenaikan tingkatan dari mobilitas penduduk ataupun sumber daya yang lain tumbuh dengan drastis. Transportasi ialah layanan yang pada dasarnya dipakai untuk mengangkut

berbagai benda maupun memberi tumpangan kepada manusia di suatu tempat menuju tempat lainnya (Wahyusetyawati, 2017). Transportasi juga menghubungkan, memersatukan dan memberi saluran kepada sejumlah pihak yang saling memerlukan, seperti hubungan produksi dengan dunia pasar maupun diantara produsen dengan pelanggan. Negara Indonesia adalah negara yang dikenal memiliki karakteristik sebagaimana Negara dengan banyak pulau yang meliputi banyak pulau besar serta pulau kecil yang tersebar diatas luasnya lautan. Dengan demikian, dibutuhkan sarana dari transportasi jalur udara, yaitu pesawat udara, supaya lebih cepat dalam melakukan transaksi antarpulau. Pernyataan ini tepat dengan UU RI Nomor 1 Tahun 2009 mengenai Penerbangan. Mengoperasikan pesawat sendiri tidak sembarangan, pesawat terbang dikelola oleh suatu organisasi, yaitu Airlines. Airlines atau maskapai penerbangan ialah sebuah perusahaan yang menyajikan layanan penerbangan terhadap konsumen maupun barang.

Pada saat ini lebih banyak airlines yang menjalankan operasinya di Bandara Tjilik Riwut salah satunya adalah Maskapai X yang pada saat ini juga merupakan maskapai dari segi pelayanan lebih nyaman, ramah dan berkelas, lebih safety dan harga tiket terjangkau sehingga menyebabkan banyaknya minat penumpang yang melahirkan sebuah komitmen dan kepercayaan penumpang menggunakan jasa layanan Maskapai X.

Berdasarkan pendapat dari Moorman, *et.al.*, (1993) dalam Razak (2017), komitmen ialah ikatan diantara perilaku kepada bukti secara fisik, pemrosesan, serta pegawai dengan kualitas keterkaitan dan peran dalam memunculkan niat untuk melakukan pembelian lagi serta kelayakan. Komitmen mengatakan sebagaimana hasrat (*desire*)

untuk memberikan ketahanan bagi keterkaitan dalam periode yang panjang (*enduring desire*). Pernyataan tersebut menekankan bahwasannya komitmen ialah suatu elemen dari tindakan sebagaimana usaha untuk memperahankan serta melestarikan ikatan dalam periode yang panjang diantara kedua kubu supaya ikatannya mempunyai makna yang lebih berarti.

Sedangkan Kepercayaan ialah kemauan peusahaan untuk bergantung pada mitra bisnisnya. Hal ini sangat tergantung kepada berbagai faktor diantara individu dan organisasi. Faktor tersebut meliputi persaingan antarperusahaan, kejujuran, kebajikan, serta integritas (Kotler dan Keller, 2016). Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan segala kesimpulan yang diciptakan oleh pelanggan tentang atribut, sebuah objek, serta kegunaannya (Mowen, 2012) dan (Nurgiansah, 2021).

Disisi lain sebelum diresmikan terminal baru Bandar Udara Tjilik Riwut, maskapai X tidak beroperasi dan mendarat di Bandar udara tersebut sehingga mengakibatkan komitmen dan kepercayaan penumpang berkurang dikarenakan apabila menggunakan maskapai X harus melalui Bandar Udara Syamsudin Noor di Banjarmasin. Oleh sebab itu, karena maskapai X telah beroperasi di Bandar Udara Tjilik Riwut yang menyebabkan komitmen dan kepercayaan penumpang terhadap maskapai X kembali meningkat. Hal ini membuat perusahaan menginginkan konsumennya hendak memakai jasanya secara berkala. Berikut adalah data perbandingan jumlah penumpang maskapai X dengan maskapai lain dan nilai rata-ratanya dalam kurun waktu 1 bulan (Oktober 2021):

**Tabel 1. Jumlah Penumpang Maskapai "X" dengan maskapai lain**

RUTE CGK	JUMLAH	RATA2
Maskapai X	4314	139,2
Maskapai Lain	957	68,4

**Sumber:** Data primer yang diperoleh dari Bandar Udara

Mengingat pentingnya loyalitas konsumen, maskapai X sebaiknya dapat memberikan kepuasan dengan maksimal terhadap konsumennya dan memperkuat citranya lewat perbandingan layanan dari perusahaan penerbangan lainnya, sehingga situasi yang terjadi semakin memberikan kejelasan citra dari maskapai X dihadapan pelanggan. Loyalitas dari pelanggan ialah elemen penting dalam mendapatkan kesuksesan dan laba sebuah perusahaan, sebab tingkat loyalitas konsumen yang semakin tinggi membuat konsumen hendak condong untuk melakukan pembelian kembali terhadap jasa yang diberikan dan memiliki kemauan untuk melakukan pengeluaran lebih banyak lagi (Dehghan dan Shahin, 2011 dalam Maxwell Sandada dan Bright Matibiri, 2016). Loyalitas bisa terwujud, sebab keberadaan dari komitmen dan kepercayaan para pelanggan. Berdasarkan dari penjabaran latar belakang diatas, penulis tertarik meneliti dengan judul "Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai X di Bandar Udara Tjilik Riwut".

### **Komitmen**

Komitmen dari seorang pelanggan ialah berupa harapan mendalam dari pelanggan untuk mempertahankan jalinan periode panjang dengan kubu institusi (Darusman, 2018). Berikut merupakan sejumlah definisi dari komitmen, yakni:

- a. Tjiptono (2008) menuturkan bahwasannya komitmen ialah keinginan terkuat dalam mempertahankan serta meneruskan

ikatan yang dilihat krusial serta mempunyai nilai periode panjang.

- b. Berdasarkan pendapat dari Barnes (2009) dan (Nurgiansah, 2020) komitmen ialah sebuah kondisi psikologis dari manusia yang dengan menyeluruh merasakan ketergantungan disebuah jalinan.
- c. Nurdilek Dalziel (2011) menjabarkan, bahwa komitmen ialah terkait niat dari kesadaran yang dilaksanakan manusia untuk melestarikan jalinan periode panjang.

Dari penjelasan komitmen diatas, penulis dapat mendefinisikan komitmen sebagai hasrat terkuat yang muncul dalam diri manusia dalam mempertahankan ikatan periode panjang yang memiliki nilai dengan pasangan bisnisnya.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh komitmen secara parsial terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan ialah sebuah power bahwasannya produk beratribut khusus. Kepercayaan sering dikatakan dengan keterkaitan dari sebuah objek-atribut (*object-attribute linkage*). Keterkaitan tersebut, yakni keyakinan dari konsumen mengenai peluang terdapatnya ikatan diantara suatu objek dengan atribut terkait (Sumarwan, 2011). Berdasarkan pendapat dari Laely (2016), keyakinan ataupun kepercayaan ini ialah hasrat dalam hati manusia untuk bertumpu kepada orang lainnya saat dirinya mempunyai keseriusan terhadap orang lain.

Kotler dan Keller (2012) menjabarkan dimensi dari kepercayaan, yakni sebagaimana berikut: a) Transparan, yaitu penuh kejujuran pada penyampaian informasi. b) Kualitas produk/jasa, yaitu layanan dan produk yang diberikan dapat

memenuhi ekspektasi. c) Insentif, yaitu penyalarsan insentif yang membuat pegawai dapat memercayai serta dapat memenuhi kebutuhannya. d) Model kerjasama, yaitu konsumen mendukung perancangan produk secara individu serta lewat suatu organisasi. e) Perbandingan produk dan nasihat, yaitu memadankan produk kompetitor dengan apa adanya serta kelompok komperehensif. f) Rantai pasokan, yaitu segala partner rantai pasokan berkumpul pada pembangunan keyakinan. g) Advokasi/pervasive, yaitu segala fungsi dari bekerja pada pembangunan kepercayaan.

H<sub>2</sub>: Ada pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya.

### Loyalitas

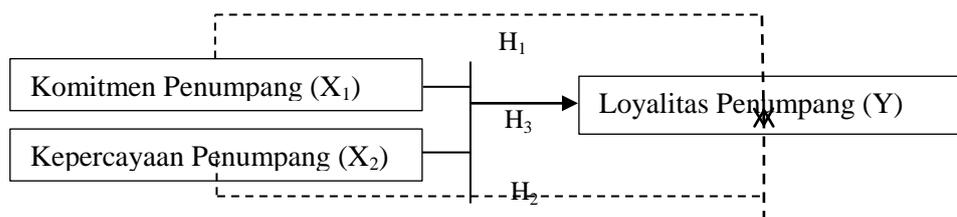
Berlandaskan pendapat dari Hurriyati (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013), loyalitas ialah suatu komitmen dari konsumen untuk bertahan dan membeli kembali maupun berlangganan ulang kepada produk

pilihannya secara berkala di waktu mendatang, walaupun dampak kondisi serta berbagai upaya marketing yang berpotensi membaurkan pergantian sikap. Loyalitas pelanggan ialah pemberian nilai terhadap pelayanan yang memiliki kualitas baik, sehingga niat dari sikapnya condong bersifat baik melalui peningkatan ikatan periode panjang dengan instansi (Prasetyo, 2013). Dari uraian diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>), yakni:

H<sub>3</sub>: Ada pengaruh komitmen dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya.

### Model Penelitian

Adanya penelitian ini untuk membuktikan pengaruh dari variabel tak terikat (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Komitmen dan kepercayaan merupakan variabel tak terikat, sedangkan loyalitas penumpang merupakan variabel terikatnya. Model penelitian berikut akan menggambarkan hubungan antarvariabel tersebut:



Gambar 1. Model Penelitian

### Keterangan:

- > = pengaruh parsial (H<sub>1</sub> dan H<sub>2</sub>)
- > = pengaruh simultan (H<sub>3</sub>)

### METODE PENELITIAN

Penelitian yang disusun oleh penulis ini memakai penelitian kuantitatif dengan metode survey dengan menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrument penelitian untuk mengumpulkan data primer. Metode pengambilan sampel yang dipakai pada riset ini ialah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah metode penetapan sampel yang membagikan

keleluasaan pada penulis untuk memilah sampel agar tepat dengan kriteria yang sudah ditetapkan (Priyatno, 2010). Sampel dalam riset ini memiliki kriteria, yakni konsumen yang telah memakai pelayanan dari maskapai "X" lebih dari 4 kali pemakaian.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian

## Analisis Responden

Pada riset ini, responden yang diambil adalah penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut, Palangkaraya. Total sampel yang menjadi acuan pada riset ini ialah sejumlah 100 responden, didasarkan oleh pendapat Sekaran (1992) dalam Setiawan (2007), *sample size* pada riset ini, yaitu melebihi angka 30 serta lebih kecil dari angka 500 buah kasus dari banyak riset. Kuesioner disebarikan kepada 100 penumpang dari maskapai X di Bandar udara Tjilik Riwut Palangkaraya, semua terisi dan dapat diolah.

Deskripsi mengenai karakteristik responden sebagai sampel pada riset ini

dikategorikan menurut gender serta pekerjaan dari penumpang. Tabel 1 tersebut memberitahukan bahwasannya responden didominasi oleh jenis kelamin pria sebesar 53 orang (53%) serta 47 orang (47%) berjenis kelamin wanita. Sedangkan menurut pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebesar 46 orang (46,0%), responden dengan pekerjaan ASN sebesar 22 orang (22,0%), responden dengan pekerjaan Pengusaha/Wirausaha sebesar 15 orang (15,0%), serta responden dengan pekerjaan yang lainnya sebanyak 17 responden (17,0%).

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kriteria	Jumlah (n=100)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	53	53%
	Perempuan	47	47%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	46	46%
	ASN	22	22%
	Pengusaha/Wirausaha	15	15%
	Lainnya	17	17%

Sumber: Data Primer yang diolah Penulis (2021).

## Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dipakai untuk menunjukkan seberapa jauh sebuah alat takar dapat menakar apa yang hendak ditakar. Instrumen riset wajib valid supaya output yang dikeluarkan bisa diyakini (Siregar, 2014). Sedangkan menurut Priyatno (2010) dalam Fakhruddin (2020), tujuan dari pengujian validitas ini ialah untuk mendapati seberapa jauh kesesuaian dan ketelitian suatu alat pengukuran dalam melakukan tugas ukurnya dengan memakai koefisien *product moment* dengan taraf signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$ . Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Dengan hal ini, pernyataan yang ada pada kuesioner dikatakan telah valid. Pada riset ini, pengujian reliabilitas terhadap instrumen menggunakan *Cronbach's alpha*, yaitu formula yang dipakai untuk melihat sebuah alat riset bisa dikatakan reliabel

ataupun tidak reliabel, jika respon responden berwujud skala 1 sampai 3, 1 sampai 5, ataupun 1 sampai 7. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila skor koefisien reliabilitas  $r_{hitung}$  melebihi angka 0,6 (Siregar, 2014).

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa empat pertanyaan untuk mengukur pada variabel komitmen, lima pertanyaan untuk mengukur variabel kepercayaan dan enam pertanyaan untuk mengukur variabel loyalitas berstatus valid. Hal ini disebabkan skor  $r_{hitung}$  melebihi skor  $r_{tabel}$  sebanyak 0,220, sedangkan output koefisien reliabilitas dari instrumen komitmen sebesar 0,714, instrumen kepercayaan 0,641 dan instrumen loyalitas 0,792, mempunyai skor *Alpha Cronbach* yang melebihi angka 0,60. Hal ini bermakna dari

ketiga instrument, semuanya dikatakan reliabel dan telah memenuhi syarat.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Penganalisisan regresi linier berganda ialah wujud dari perkembangan regresi linier sederhana, yakni sama-sama alat yang bisa dipakai untuk memprediksi permintaan diwaktu mendatang dengan didasarkan pada data dimasa lampau ataupun untuk mendapati dampak lebih dari satu variabel bebas kepada variabel terikat yang digunakan (Siregar, 2014). Analisis regresi linier berganda pada riset ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 24 dan menghasilkan persamaan regresi, yakni:

$$Y = 2,832 + 0,554 X_1 + 0,617 X_2$$

Skor a senilai 2,832 ialah konstanta maupun kondisi ketika variabel loyalitas (Y) belum mendapat pengaruh dari variabel lainnya, yakni variabel komitmen sebagai  $X_1$  serta variabel kepercayaan

sebagai  $X_2$ . Skor koefisien regresi  $X_1$  senilai 0,554, memberitahukan bahwasannya variabel komitmen sebagai  $X_1$  berpengaruh positif kepada loyalitas sebagai Y. Hal ini bermakna bahwa setiap bertambahnya 1 satuan dari variabel komitmen, maka akan memberikan pengaruh pada loyalitas penumpang maskapai X di Bandar udara Tjilik Riwut Palangkaraya sebanyak 0,554, dengan argumen variabel lainnya tidak dikaji pada riset ini.

Skor koefisien regresi  $X_2$  senilai 0,617, memberitahukan bahwasannya variabel kepercayaan sebagai  $X_2$  berpengaruh positif kepada loyalitas sebagai Y. Hal ini bermakna bahwa setiap bertambahnya 1 satuan dari variabel kepercayaan, maka akan memberikan pengaruh pada loyalitas penumpang maskapai X di Bandar udara Tjilik Riwut Palangkaraya sebanyak 0,617, dengan argumen variabel lainnya tidak dikaji pada riset ini.

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,832	1,771	-	1,599	0,113
Komitmen (X1)	0,554	0,122	0,395	4,544	0,000
Kepercayaan (X2)	0,617	0,116	0,462	5,324	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah oleh penulis (2021).

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Pengaruh Parsial)

Menurut tabel 2 bisa didapatkan, bahwa skor dari  $t_{hitung}$  sebanyak 4,544 dan skor signifikansi 0,000. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwasannya skor  $t_{hitung}$  melebihi skor  $t_{tabel}$  1,985 dengan taraf signifikansi kurang dari angka 0,05. Oleh karena itu,  $H_0$  mengalami penolakan. Hal ini berarti variabel komitmen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya, sehingga  $H_1$  dapat diterima.

Output dari riset ini sepadan dengan riset oleh Pingki Amalia (2019) yang mengungkapkan bahwa komitmen mempengaruhi loyalitas pelanggan pada sebuah *Guest House* di Malang. Penelitiannya bisa dimaknakan bahwasannya jika pelanggan merasakan kepuasan, maka akan condong mempunyai harapan kuat untuk mempertahankan ikatan dalam periode waktu yang panjang dan hendak setia kepada produk maupun merek yang dipakai.

Pada tabel 2 juga bisa didapatkan, bahwa skor dari  $t_{hitung}$  sebanyak 5,324 dan

skor signifikansi 0,000. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwasannya skor  $t_{hitung}$  melebihi skor  $t_{tabel}$  1,985 dengan taraf signifikansi kurang dari angka 0,05. Oleh karena itu,  $H_0$  mengalami penolakan. Hal ini berarti variabel kepercayaan berpengaruh dengan signifikan secara parsial terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangkaraya, sehingga  $H_2$  dapat diterima. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian Denis Lapasiang, dkk (2017) yang memberitahukan bahwasannya kepercayaan memberikan pengaruh dengan signifikan kepada loyalitas nasabah pada Pegadaian di Manado. Sehingga dapat diartikan bahwasannya konsumen merasakan kepuasan dan produk ataupun layanan yang mereka terima dapat memenuhi harapan.

## 2. Uji F (Pengaruh Simultan)

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel 3 dalam analisis regresi linier berganda diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 80,453 lebih tinggi dari  $F_{tabel}$  3,09 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Output ini memberitahukan bahwasannya variabel dari komitmen dan kepercayaan berdampak dengan simultan serta signifikan kepada loyalitas penumpang maskapai "X" di Bandar Udara Tjilik Riwut. Dengan demikian pula  $H_3$  dapat diterima. Output riset ini sepadan dengan riset dari Pingki Amalia (2019). Risetnya mengungkapkan bahwaannya komitmen dan kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah *Guest House* di Malang.

**Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	686,101	2	343,050	80,453	.000
<i>Residual</i>	413,609	97	4,264		
Total	1099,710	99			

Sumber: Data Primer yang diolah oleh Penulis (2021).

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

Hasil dari Uji Koefisien Determinasi memperoleh angka  $R^2$  senilai 0,624 ataupun 62,4% pada tabel 4. Pernyataan ini memberitahukan bahwasannya presentasi sumbangan dari pengaruh komitmen dan kepercayaan kepada loyalitas penumpang

sebanyak 62,4%. Hal ini menunjukkan, bahwa variabel loyalitas penumpang bisa mendapat pengaruh dari variabel komitmen dan kepercayaan sebanyak 62,4%, dan 37,6% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak dikaji pada riset ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	R-Square	Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
.790	0,624	0,616	2,065

Sumber: Data Primer yang diolah oleh Penulis (2021).

## KESIMPULAN

Berdasarkan riset yang dijalankan dan hasil perhitungan statistic dalam Uji t, variabel komitmen dan kepercayaan berpengaruh dengan signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas penumpang maskapai "X" dan bisa

dikatakan bahwa  $H_1$  dan  $H_2$  dapat diterima. Pengujian statistik lain yakni Uji F juga membuktikan bahwa variabel komitmen dan kepercayaan secara simultan berpengaruh dengan signifikan terhadap loyalitas penumpang maskapai "X" atau dapat dikatakan bahwa  $H_3$  diterima. Dari

hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh dari komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas penumpang sebesar 62,4%. Pernyataan tersebut ditunjukkan dengan perolehan skor *R Square (R<sup>2</sup>)* senilai 0,624 maupun sekitar 62,4%, dan sisanya sebesar 37,6% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak dikaji pada riset ini.

Dari output riset ini menyatakan bahwasannya dampak yang positif dari komitmen dan kepercayaan harus dipertahankan dan harus memberikan kontribusi yang maksimal terhadap loyalitas penumpang agar manajemen

khususnya dibagian pemasaran dapat berjalan dengan lancar dan optimal. Serta membagikan saran dan selaku sumber data terhadap perusahaan pada pemertahanan kualitas layanan dan sistem manajemen pemasaran perusahaan dan untuk mempertahankan keeksistensian instansi di masa mendatang, khususnya di bidang pelayanan jasa demi memperoleh keuntungan yang maksimal. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas sehingga bisa memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, M dan Zuhro, S. (2015). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Darusman, D. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah PT. U Finance Medan*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*.
- Fabella, R. A. (2018). *Pengaruh Pengembangan Karir dan Komitmen Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Internasional Adi Soemarmo Surakarta*.
- Fakhrudin, A. (2020). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo*.
- Hariyatningsih, A., Suddin, A., & Ernawati, E.. (2016). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction dan Airline Image sebagai Pemeditasi (Survei pada Pengguna Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Airline di Kota Surakarta dan DIY). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 143–160.
- Kotler, P., dan Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Laely, N. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan pada PT Telkomsel di Kota Kediri*. *Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Lapasiang, D., dkk (2017). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado*.
- Mowen, J. C., dan Micheal, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nurgiansah, T. H. (2020). Filsafat Pendidikan. In *Banyumas: CV Pena Persada*.
- Nurgiansah, T. H. (2021). Pendidikan Pancasila. In *Solok: CV Mitra Cendekia Media*.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 39 Tahun 2019 *Tatanan Kebandarudaraan Nasional*. 20 Mei 2019. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 594. Jakarta.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 105 Tahun 2017 *Pelimpahan Tanggung Jawab dan Fungsi Pengawasan Operasi Pesawat Udara*. 12 Oktober 2017. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1984. Jakarta.

- Prasetyo, W. B. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi ). Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(2), 1–13.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Qulba, P. A. dan Nurbaya, S. (2019). *Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi Pada Pelanggan Guest House Front One Inn De Laia Malang).
- Razak, Abdul. (2017). *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*.
- Retnawati, H. (2016). *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian*.
- Sandada, Maxwell dan Bright Matibiri. (2016). *An Investigation into the impact of service quality, frequent flier programs and safety perception on satisfaction and customer loyalty in the airline industry in Southhern Africa*. South East European Journal of Economics and Business.
- Sangadji, M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.
- Setiawan, M. B. dan Ukudi. (2007). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah* (Studi pada PD.BPR Bank Pasar Kendal).
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor:Ghalia Indonesia
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 *Penerbangan*. 12 Januari 2009. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 1. Jakarta.
- Wahyusetyawati, E. (2017). *Dilema pengaturan transportasi online*.
- Yusup, H. (2018). *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*.