

PENGARUH ASPEK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG DI BANDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI SEMARANG

Dwi Ayu Puspitasari
STIEPARI Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan pegawai terhadap kepuasan penumpang. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pihak pengelola maupun kepuasan penumpang. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, uji model, uji hipotesis namun sebelum dilakukan uji tersebut dilakukan dahulu uji validitas dan uji reabilitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang dimana hasil tersebut mempunyai nilai korelasi determinasi R^2 square sebesar 0,633. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perlu adanya peningkatan *tangible* dan *responsiveness* untuk meningkatkan kepuasan penumpang.

Kata kunci: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Kepuasan.

ABSTRACT

This research was conducted at Jenderal Ahmad Yani International Airport. Which aims to analyze and explain the effect of the quality of employee services on passenger satisfaction. Research data obtained through questionnaires and interviews. The sample used in. this research is 100 respondents. The results of the study are expected to provide useful information for the management and passenger satisfaction. The data obtained is processed by using descriptive analysis and quantitative statistical analysis. Quantitative analysis using multiple regression analysis to determine the effect of independent variables to dependent variable, model test, hypothesis test, and yet before the test is dont first test the validity and reliability test. The results of the regression analysis indicated the influence of service quality mix on passenger satisfaction where the results had a correlation value

Received November 30, 2021; Revised Desember 2, 2021; Januari 22, 2022

*Corresponding author, e-mail address

of R2 square determination of 0,633. Based on these results it necessary be concluded that there any to upgrade the tangible and responsiveness to improve passenger satisfaction.

Keyword: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Passenger Satisfaction. Pendahuluan

PENDAHULUAN

Di dalam aspek perekonomian, transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar. Semakin berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen.

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. Jadi, seorang pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing.

Bidang usaha kegiatan bisnis PT. Angkasa Pura I (Persero) di antaranya pelayanan jasa pendaratan, penempatan dan penyimpanan pesawat udara (PJP4U), pelayanan jasa penumpang pesawat udara (PJP2U), pelayanan jasa konter. Adapun bidang usaha yang tidak terkait langsung dengan kegiatan penerbangan akan tetapi aktifitasnya terdapat di

dalam bandara yaitu ruang disewakan seperti pemakaian *counter*, restoran, toko, *money changer*, biro wisata, pamflet iklan dan lain-lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan

Menurut Kotler dan Amstrong, “Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yaitu tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli”. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, dkk (2008:37) “Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen”. Konsekuensi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan konsumen. Bagi bisnis kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang.

Namun demikian, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan bahwa pelanggan harus dipuaskan tidak peduli berapapun biayanya. Tidak semua pelanggan memiliki nilai yang sama bagi perusahaan. Beberapa pelanggan layak menerima perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan oleh pelanggan lain. Ada pelanggan yang tidak akan memberikan umpan balik tak peduli berapa banyak perhatian yang kita berikan kepada mereka, dan tidak peduli berapa puasnya mereka. Dengan demikian, antusiasme tentang kepuasan pelanggan harus didukung oleh analisa-analisa yang tajam.

Dimensi-dimensi Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kajian yang telah dibahas oleh banyak pakar pemasaran. Menurut Wickof dalam Supriyatmini, (2005:16), “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Adapun metodenya yang terkenal adalah SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini menegaskan bila kinerja pada suatu atribut (*atribut performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectation*) atas atribut yang

bersangkutan, maka kualitas pelayanan juga akan meningkat. Begitu pula sebaliknya. (Tjiptono, 2005:262)

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. (Lupiyoadi, 2001:148)

Terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut (Parasuraman,et.all,1998):

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawai.
- 2) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk para semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) *Assurance*, atau jaminan atau kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*creadibility*), keamanan (*security*),kompetensi (*competence*),dan sopan santun (*courtesy*).

5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Jl. Anjasmoro Raya, Semarang Barat, Tambakharjo., Kota Semarang, Jawa Tengah 50145. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Mei 2019. Data primer yaitu sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Responden merupakan sumber data primer yang digunakan sebagai data pendukung, dilakukan dengan cara berkomunikasi dan memberikan daftar pertanyaan/kuesioner kepada penumpang yang ada dalam lingkungan Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Tangible Terhadap Kepuasan Penumpang

Uji hipotesis 1 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif dan tidak signifikan variabel Tangible terhadap kepuasan penumpang. Hal ini didukung dengan koefisien regresi Tangible sebesar -0,033 dengan tingkat signifikansi $0,781 > 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan variabel Tangible terhadap kepuasan penumpang. Hal ini berarti hipotesis pertama ditolak. Dengan demikian variabel Tangible tidak menentukan kepuasan tamu berkunjung ke Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Tangible (bukti langsung) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat lancar.

Berdasarkan hasil variabel Tangible secara umum penumpang menyatakan positif dan setuju mengenai bukti fisik yang ada pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang sebesar 4,37, serta di dukung dengan tanggapan kepuasan penumpang dengan rata-rata variabel sebesar 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi di Bandara secara bukti

fisik sudah tergolong memadai, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang. Disamping itu diantara 4 indikator yang diteliti, indikator fasilitas fisik (gedung) Bandara yang baik dan kebersihan, kerapian, kenyamanan Bandara dari variabel Tangible berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, yaitu dengan rata-rata indikator 4,48 dan 4,46. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang memiliki tanggapan yang positif dan sangat setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan fasilitas fisik (gedung) bandara dan kebersihan, kerapian, kenyamanan di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, maka dalam kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan penumpang.

Sedangkan indikator ketersediaan tempat parkir yang luas dengan kontribusi rata-rata indikator sebesar 4,41. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang mempunyai tanggapan yang positif dan setuju mengenai ketersediaan tempat parkir yang luas di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Disamping itu ada satu indikator yang paling rendah dengan kontribusi rata-rata indikator sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan karyawan Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi.

Pengaruh Variabel Reliability Terhadap Kepuasan Penumpang

Uji hipotesis 2 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif dan tidak signifikan variabel Reliability terhadap kepuasan penumpang. Hal ini didukung dengan koefisien regresi Reliability sebesar 0,577 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Reliability terhadap kepuasan penumpang. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Dengan demikian variabel Reliability menentukan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Kehandalan (Reliability) mencakup kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan. Keandalan yang dimaksud adalah bagaimana karyawan memberikan pelayanan pada penumpang yang baik dan benar.

Berdasarkan hasil variabel reliability secara umum penumpang menyatakan positif dan setuju mengenai keandalan seorang karyawan bandara dalam memberikan kualitas jasa dan

informasi yang ada pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dengan rata-rata variabel sebesar 4,18, serta di dukung dengan tanggapan kepuasan penumpang dengan rata-rata variabel sebesar 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan seorang karyawan dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap penumpang tergolong cukup baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang. Disamping itu diantara 3 indikator yang diteliti, indikator ketersediaan layanan pendukung merupakan bagian dari variabel Reliability yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, yaitu dengan rata-rata indikator sebesar 4,35. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan ketersediaan layanan pendukung. Pada kenyataannya ketersediaan layanan pendukung sudah tergolong baik sehingga penumpang merasa puas.

Pengaruh Variabel Responsiveness Terhadap Kepuasan Penumpang

Uji hipotesis 3 hasil perhitungan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel responsiveness terhadap kepuasan penumpang. Hal ini di dukung dengan koefisien regresi variabel responsiveness sebesar -0,178 dengan tingkat signifikansi $0,233 > 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel responsiveness terhadap kepuasan penumpang. Hal ini berarti hipotesis ketiga ditolak. Dengan demikian variabel responsiveness menentukan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Berdasarkan hasil variabel responsiveness secara umum penumpang menyatakan positif dan setuju mengenai daya tanggap seorang karyawan sudah baik dalam memberikan informasi kepada penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dengan rata-rata sebesar 4,04 serta di dukung dengan tanggapan kepuasan penumpang dengan rata-rata variabel sebesar 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi daya tanggap seorang karyawan bandara yang sudah tergolong baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang, disamping itu diantara 3 indikator yang diteliti indikator kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan jelas merupakan bagian dari variabel responsiveness yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, yaitu dengan rata-rata indikator sebesar 4,15. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang memiliki tanggapan yang positif dan sangat setuju

terhadap pernyataan yang berkaitan dengan indikator kemampuan dalam memberikan informasi ke penumpang. Melalui daya tanggap seorang karyawan bandara dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penumpang secara lengkap dan jelas sehingga sesuai dengan harapan. Maka dalam kondisi ini penumpang merasa puas dan mengatakan hal yang positif tentang kualitas pelayanan yang ada pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Disamping itu ada satu indikator penanganan keluhan penumpang merupakan indikator yang paling rendah dengan kontribusi rata-rata sebesar 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa pada kenyataannya masih ada beberapa kritik dan saran mengenai masih ada beberapa karyawan bandara yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan serta menangani keluhan penumpang.

Pengaruh Variabel Assurance Terhadap Kepuasan Penumpang

Uji hipotesis 4 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Assurance terhadap kepuasan penumpang. Hal ini didukung dengan koefisien regresi variabel assurance sebesar 0,599 dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel assurance terhadap kepuasan penumpang. Hal ini berarti hipotesis keempat diterima. Dengan demikian variabel assurance menentukan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Jaminan (assurance) mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan penumpang, etika para karyawan dan jaminan keamanan dari perusahaan atas penumpang saat bertransaksi. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat penumpang merasa aman dan tanpa ragu-ragu untuk melakukan transaksi, disamping itu jaminan akan berpengaruh pada kepuasan penumpang karena apa yang diinginkan penumpang dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil variabel assurance secara umum penumpang menyatakan positif dan setuju mengenai jaminan serta rasa nyaman penumpang yang berada di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang adalah sebesar 4,16, serta di dukung dengan

tanggapan kepuasan penumpang dengan rata-rata variabel sebesar 4,05. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen menjamin kenyamanan serta rasa aman penumpang yang berada di bandara baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang, di samping itu, diantara 3 indikator yang diteliti, indikator keramahan, perhatian, kesopanan karyawan Bandara Internasional Jendral Ahmad Yani Semarang menjadi indikator yang paling tinggi dengan rata-rata 4,31, hal ini menunjukkan bahwa keramahan, perhatian, kesopanan karyawan bandara sudah cukup baik, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang.

Disamping itu indikator sikap jujur, perhatian, kesopanan karyawan bandara memiliki rata-rata yang paling rendah yaitu 4,09. Hal itu menunjukkan bahwa karyawan bandara harus meningkatkan sikap jujur, perhatian dan kesopanan karyawan guna meningkatkan kepuasan penumpang.

Pengaruh Variabel Empathy Terhadap Kepuasan Penumpang

Uji hipotesis 5 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel empathy terhadap kepuasan penumpang. Hal ini didukung dengan koefisien regresi empathy sebesar 0,270 dengan tingkat signifikansi $0,055 > 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan empathy terhadap kepuasan tamu. Hal ini berarti hipotesis kelima diterima. Dengan demikian Empathy menentukan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Empathy mencakup perhatian khusus dari karyawan terhadap segala kebutuhan dan keluhan penumpang, dan komunikasi yang baik antara pelayanan dengan penumpang. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari suatu karyawan perusahaan kepada penumpang akan berpengaruh juga terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan hasil variabel empathy secara umum penumpang menyatakan positif dan setuju mengenai perhatian khusus oleh seorang karyawan dalam memberikan kualitas jasa dan informasi serta rasa nyaman penumpang saat berada di bandara. Indikator kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan baik memiliki rata-rata yang paling tinggi yaitu sebesar 4,12, hal itu menunjukkan berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan, tetapi kemampuan berkomunikasi harus tetap di tingkatkan guna meningkatkan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Disamping itu indikator pelanggan mudah untuk menghubungi pihak bandara memiliki rata-rata paling rendah yaitu sebesar 3,92, hal itu menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang susah untuk menghubungi pihak bandara. Maka, bandara harus lebih memudahkan pelanggan untuk menghubungi pihak bandara guna meningkatkan kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani.

Pengaruh Variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pengunjung

Uji hipotesis di 6 Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Hal ini diperkuat dengan nilai F hitung $>$ F tabel, yaitu sebesar $32,358 > 2,31$, jadi simpulannya H_a diterima dan H_o ditolak, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian semakin baik variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy maka semakin puas penumpang akan melakukan perjalanan melalui Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Kepuasan adalah persepsi yang dirasakan seseorang terhadap sesuatu objek atau kegiatan. Kepuasan mengandung persepsi umum yang berkembang pada seorang penumpang tentang sebuah pelayanan yang dibeli atau jasa setelah pembelinya. Meneliti tentang kepuasan dan kunjungan berkelanjutan penumpang, dalam studi ini terdapat empat variabel penentu (antecedent variable) kesesuaian harapan dan kenyataan yaitu. Penumpang akan merekomendasikan kepada orang lain apabila pelayanan pegawai sesuai dengan harapan dan kenyataan yaitu : Penumpang akan merekomendasikan kepada orang lain apabila pelayanan pegawai sesuai dengan harapan dan kenyataan (outcome variable) yaitu kesetiaan, rekomendasi dan keluhan penumpang.

Berdasarkan hasil regresi pada variabel kepuasan pembelian, diantara 4 indikator kepuasan penumpang yang diteliti, indikator Jika pelayanan kurang baik akan memberitahu pihak Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang tersebut merupakan

komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penumpang yaitu dengan rata-rata dimensi 4,22 sedangkan indikator penumpang akan datang kembali untuk bertransaksi dengan rata-rata dimensi 3,98.

Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Penumpang

Dari 5 variabel independen yang diteliti, variabel Reliability merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Hal ini dikarenakan sesuai dengan objek yang diteliti yaitu Bandara, dimana temuan ini juga diperkuat dengan definisi kehandalan (reliability) mencakup kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Keandalan yang dimaksud adalah bagaimana karyawan memberikan pelayanan pada penumpang yang memadai atau sesuai jam kerja perusahaan. Dengan begitu dapat diketahui bahwa keandalan dalam pelayanan suatu jasa pembiayaan akan berpengaruh pada tinggi rendahnya kepuasan penumpang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Tidak ada pengaruh positif dan signifikan variabel Tangible terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, sehingga hipotesis pertama ditolak.
- b. Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Reliability terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, sehingga hipotesis kedua diterima.
- c. Tidak ada pengaruh positif dan signifikan variabel Responsiveness terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, sehingga hipotesis ketiga ditolak.
- d. Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Assurance terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, sehingga hipotesis keempat diterima.

- e. Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Empathy terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, sehingga hipotesis kelima diterima.
- f. Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

SARAN

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan penumpang pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang, maka ada beberapa hal yang hendaknya mendapat perhatian antara lain :

- a. Pimpinan disarankan agar membuat aturan dan memperingatkan karyawan untuk memperhatikan penampilannya seperti merapikan penampilan dan memperbaiki *grooming*.
- b. Disarankan bagi pimpinan agar memberikan arahan kepada karyawan agar memperhatikan ketepatan pelayanan yang diberikan ke penumpang.
- c. Maka disarankan kepada pengelola agar memberikan pengarahan kepada karyawan bandara agar lebih sigap dalam menangani penumpang guna meningkatkan kepuasan penumpang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.
- d. Maka disarankan kepada pimpinan agar memberikan pengarahan ke para karyawan untuk meningkatkan keyakinan penumpang dengan begitu dapat meningkatkan kepuasan penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. 1999. Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Basu Swastha, 2007, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty offset, Yogyakarta.
- Damardjati. R. S. 1995. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta.
- <http://expressclass.blogspot.com/2009/06/faktor-pelayanan-terhadap-kepuasan.html>.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition. Jilid 1.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1. Jakarta: Indeks. Prentice Hall.
- Kotler, Philip: 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas jilid dua Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol 6. No.2 : 123-126.
- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Supriyatmini, Tuti. 2005. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Baitul Maal Waltaanwill (BMT) "Anda" Semarang. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. Service, Quality, & Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2000. Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005, Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.