

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP  
KUALITAS PELAYANAN PRAMUGARI PADA KEPUASAN  
PELANGGAN SERTA PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN  
PADA MINAT BELI ULANG**

**(Studi Kasus pada Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air)**

**RINGKASAN SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN**



**Disusun Oleh:**

**RIMA WAHYUNINGTYAS**

**2116 29180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2020**

# SKRIPSI

## PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PRAMUGARI PADA KEPUASAN PELANGGAN SERTA PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN PADA MINAT BELI ULANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RIMA WAHYUNINGTYAS**

No. Mhs.: 211629180

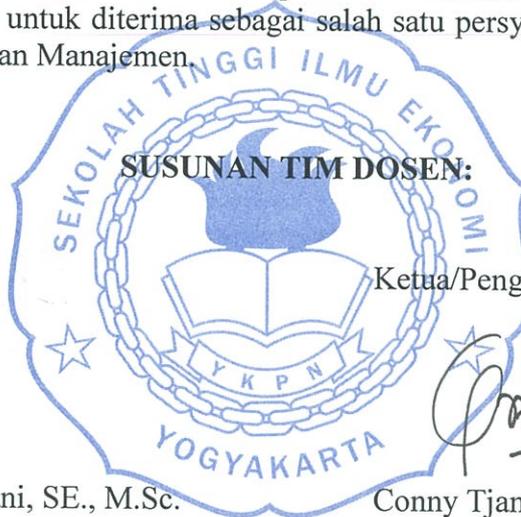
telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Selasa 28 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

### SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing



Cynthia Ayu Manggarani, SE., M.Sc.



Ketua/Penguji,



Conny Tjandra Rahardja, Dra., MM.

Yogyakarta, 28 Juli 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN  
Ketua,



Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh positif persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari pada kepuasan pelanggan (pengguna maskapai penerbangan Lion Air), serta (2) pengaruh kepuasan pelanggan pada minat beli ulang (pengguna maskapai penerbangan Lion Air). Variabel penelitian ini adalah persepsi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 200 responden. Uji validitas menggunakan metode *Product Moment Pearson Correlation*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi. Penelitian ini memberikan hasil sebagai berikut: (1) persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung 20,925 dan tingkat signifikansi 0,000. (2) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli ulang ditunjukkan oleh  $t$  hitung 14,392 dan tingkat signifikansi 0,000. (3) persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan  $F$  hitung 437,852 dan tingkat signifikansi 0,000, serta kepuasan pelanggan pada minat beli ulang ditunjukkan dengan  $F$  hitung 207,120 dan tingkat signifikansi 0,000.

Kata kunci: Persepsi Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

## ABSTRACT

*This study aims to determine (1) the positive effect of customer perceptions on flight attendant service quality on customer satisfaction (Lion Air airline users), and (2) the effect of customer satisfaction on repurchase interest (Lion Air airline users). The variables of this research are customer perception, customer satisfaction, and repurchase interest. In this study data collection techniques using a questionnaire. The population in this study are all the people who have used Lion Air airlines in Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling and the number of samples taken was 200 respondents. Validity test uses the Product Moment Pearson Correlation method, while the reliability test uses Cronbach Alpha. Data analysis method used is regression analysis. This study provides the following results: (1) customer perceptions of service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction shown by the t value of 20,925 and a significance level of 0,000. (2) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest shown by t value 14,392 and a significance level of 0,000. (3) customer perceptions of service quality on customer satisfaction are shown with F value 437,852 and a significance level of 0,000, and customer satisfaction with repurchase interest is shown by F value 207,120 and a significance level of 0,000.*

*Keywords: Customer Perception, Customer Satisfaction, Repurchase Interest.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pola kehidupan manusia yang terus berubah, mengakibatkan seseorang harus melakukan aktivitas yang lebih kompleks/beragam. Kebutuhan manusia juga tidak hanya sebatas akan kebutuhan barang, namun juga kebutuhan akan jasa. Dengan kemajuan dan perkembangan industri jasa saat ini, maka semakin banyak usaha dalam bidang jasa bermunculan, seperti: pendidikan, hiburan, jasa finansial, transportasi, telekomunikasi, kesehatan, klinik kecantikan, dan sebagainya. Misalnya pada jasa transportasi, karena jasa tersebut tidak hanya dapat membawa konsumen ke suatu tempat, tetapi juga bisa dijadikan untuk ekspedisi pengiriman barang. Keadaan ini membuat para pengelola bisnis pada jasa transportasi berlomba untuk memberikan servis yang optimal agar konsumen merasa puas dalam mengkonsumsi jasanya.

Di Indonesia sendiri sebagian besar masyarakatnya sudah tidak asing lagi dengan adanya transportasi udara yaitu pesawat terbang. Kenyamanan dan efisiensi waktu tempuh ditawarkan pada masyarakat untuk dapat melakukan perjalanan jarak jauh maupun dekat, membuat moda transportasi ini sering dipilih oleh masyarakat (Febryanto, 2016). Meski pertumbuhan di industri penerbangan sangat pesat, namun terjadi penurunan. Pernando (2020) mengungkapkan hal ini disebabkan karena menurunnya kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari karena insiden yang tidak menyenangkan.

Adapun objek yang dipilih adalah pramugari Lion Air. Pelayanan pramugari meski terkadang dianggap sederhana, namun tidak demikian kenyataannya. Nurdin (2017) mengungkapkan terdapat masalah dalam maskapai penerbangan Lion Air, dimana seorang penumpang pesawat bernama Dean Ricko

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pakpahan mengalami pelayanan dan sikap yang buruk oleh pramugari Lion Air, hal ini terjadi pada saat dirinya hendak terbang bersama adiknya menuju Jakarta pada hari minggu siang tanggal 26 November 2017. Masalah tersebut disebabkan karena petugas tidak memberikan informasi bahwa adanya perubahan nomor tempat duduk penumpang. Kemudian, ia berinisiatif untuk bertanya pada salah satu pramugari disana dan ternyata jawaban pramugari tersebut tidak menyenangkan dikarenakan pramugari tersebut sedikit membentak Ricko sehingga ia tidak terima dan melaporkan tindakan yang tidak menyenangkan dari pramugari tersebut kepada pilot. Hal ini tentu saja membuat pramugari tersebut dipandang buruk oleh Ricko.

Dari kasus yang telah disebutkan di atas, ternyata persepsi tentang pelayanan berakibat pada kepuasan pelanggan, dimana reaksi puas atau tidak puas yang dirasakan pelanggan yaitu respon dari pelanggan ketika membandingkan pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkannya (Nasution, 2004 dalam Ningsih *et al.*, 2018). Kepuasan juga tidak hanya dianggap sebagai tujuan bagi pelanggan tetapi juga sebagai tujuan perusahaan, karena hal tersebut merupakan cara untuk mendapatkan tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi dan cara menghasilkan laba (Surapranata & Iskandar, 2013). Kepuasan terjadi apabila harapan yang di inginkan konsumen sesuai, maka hal tersebut akan mengakibatkan terjadinya minat untuk membeli ulang (Nurhayati & Murti, 2012).

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian serta penjelasan dari latar belakang, maka dapat diuraikan masalah yang akan diteliti yaitu:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Apakah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari Lion Air berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan?
2. Apakah tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh pada minat pelanggan untuk membeli kembali?

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh positif persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari Lion Air pada tingkat kepuasan pelanggan.
2. Menguji pengaruh positif tingkat kepuasan pelanggan pada minat untuk membeli kembali.

## **TINJAUAN TEORI**

### **Pramugari**

Pramugari yaitu salah satu profesi yang penampilan fisiknya juga perlu diperhatikan. Menurut Patricia & Handayani (2014) pramugari merupakan *image* atau *front liner* pada suatu maskapai. Pramugari diharuskan untuk menjaga penampilan, sikap dan berbicara yang baik pada siapa saja khususnya penumpang (Badjree & Muniroh, 2017).

### **Persepsi Kualitas**

Definisi dari persepsi kualitas menurut Rezvani *et al.* (2012) adalah anggapan konsumen tentang keseluruhan keunggulan produk atau layanan jasa. Lin dan Wang (2006) juga mengatakan konsumen cenderung beralih pada produk lain apabila kualitas yang mereka terima itu rendah dengan tujuan untuk meningkatkan nilai yang dirasakan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Kualitas Pelayanan**

Lewis & Booms (1983) mengatakan kualitas pelayanan yaitu tingkat seberapa baik pelayanan yang perusahaan berikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Tjiptono (2008) mengatakan kualitas pelayanan yaitu harapan konsumen mengenai tingkat keunggulan suatu layanan dan cara mengendalikan keunggulan yang diharapkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler & Caslione (2009) kepuasan adalah pengalaman seseorang yang merasakan puas atau tidak puas diakibatkan dari membandingkan kinerja suatu produk dengan yang diharapkan. Kepuasan juga bisa diartikan sebagai indikator kesuksesan dan indikator yang menunjukkan sejauh manakah tingkat persaingan perusahaan pada suatu industri (Manggarani, 2018).

## **Minat Beli Ulang**

Tarofder *et al.* (2016) minat beli ulang yaitu pernyataan ketika seseorang mempunyai asumsi membeli lagi suatu produk pada perusahaan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Terbentuknya minat pembelian ulang didasari karena terjadinya reaksi positif dari konsumen pada produk/jasa yang pernah dikonsumsinya. Semakin puas konsumen dengan fasilitas yang disediakan, hal tersebut akan mendorong konsumen untuk terus menggunakan jasa tersebut (Manggarani, 2018).

## **Hipotesis**

Hipotesis penelitian adalah anggapan dasar yang kebenarannya masih harus dibuktikan. Hipotesis penelitian harus menjawab pertanyaan yang ada pada

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rumusan masalah. Berdasarkan pada rumusan masalah dan uraian sebelumnya, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari positif berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Kepuasan pelanggan positif berpengaruh pada minat beli ulang.

## Kerangka Penelitian



## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini menggunakan alat uji regresi. Cakupan penelitian ini adalah konsumen yang pernah menikmati jasa maskapai penerbangan Lion Air. Lokasi dilakukan di kantor cabang Lion Air di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif.

### Sampel dan Data Penelitian

Populasi adalah anggota suatu objek yang mempunyai tipikal tertentu (Algifari, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan maskapai Lion Air di Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah bagian populasi yang memiliki karakteristik. Metode *purposive sampling* dipilih sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. Kriteria sampel yang diperlukan adalah konsumen yang pernah menikmati jasa maskapai Lion Air di Yogyakarta.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penggunaan data primer dalam penelitian ini diperoleh dari tanggapan responden terhadap judul penelitian dalam bentuk kuesioner. Kuesioner yang digunakan berupa pertanyaan yang ditujukan kepada responden secara *online* yaitu dengan menggunakan *Google Form*.

## **Uji Validitas**

Uji validitas diperlukan untuk memastikan suatu kuesioner valid atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *Product Moment Pearson*. Uji validitas sangat diperlukan agar dapat menentukan pertanyaan yang dibuat mampu mencerminkan dimensi yang akan diukur. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid (Panjaitan & Yulianti, 2016).

## **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang dikumpulkan reliabel atau tidak. Uji ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Data dapat dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha minimal 0,6 (Algifari, 2017).

## **Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 jenis variabel, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen 1 yaitu variabel persepsi pelanggan dan variabel dependen 1 yaitu variabel kepuasan pelanggan. Variabel independen 2 yaitu variabel kepuasan pelanggan dan variabel dependen 2 yaitu variabel minat beli ulang.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Uji Asumsi Klasik**

### **Uji Normalitas**

Menurut Santoso (2015) uji ini dimaksudkan untuk mengamati nilai residual pada kelompok data atau variabel yang terdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov, apabila signifikansi  $> 5\%$  maka data berdistribusi normal.

### **Uji Multikolinearitas**

Uji ini dilakukan guna melihat terdapat atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Jika  $VIF < 10$  dan *Tolerance* mendekati 1 atau  $> 0,10$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas (Santoso, 2015).

### **Uji Heteroskedastisitas**

Indikasi terjadinya heteroskedastisitas dalam sebuah data bisa dilihat pada grafik *scatterplot* yang ada pada output SPSS. Apabila titik-titik data tidak berpola, maka dipastikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memperkuat maka akan dilakukan uji *glejser* (Ghozali, 2018).

### **Uji Hipotesis**

#### **Analisis Regresi**

Menurut Algifari (2016), analisis regresi yaitu jenis regresi yang digunakan untuk memastikan adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang berpengaruh atau tidak.

#### **Uji Parsial (t)**

Uji T adalah penggunaan metode untuk menguji data variabel independen memengaruhi variabel dependen secara terpisah.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Simultan (F)

Uji F adalah penggunaan metode untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

## Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien determinasi bisa diartikan sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai  $R^2$  yaitu antara 0 sampai 1. Semakin kecil  $R^2$  berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai  $R^2$  mendekati 1, maka variabel independen menyediakan hampir seluruh informasi untuk menganalisis variasi variabel dependen.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Penelitian ini menggunakan responden (n) sebanyak 200. Nilai r tabel dengan *df* 198, yaitu 0,1388. Tabel berikut merupakan hasil uji validitas:

Tabel 1  
Uji Validitas

| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| P1         | 0,613    | 0,1388  | Valid      |
| P2         | 0,638    | 0,1388  | Valid      |
| P3         | 0,770    | 0,1388  | Valid      |
| P4         | 0,782    | 0,1388  | Valid      |
| P5         | 0,600    | 0,1388  | Valid      |
| P6         | 0,782    | 0,1388  | Valid      |
| P7         | 0,767    | 0,1388  | Valid      |
| P8         | 0,750    | 0,1388  | Valid      |
| P9         | 0,722    | 0,1388  | Valid      |
| P10        | 0,761    | 0,1388  | Valid      |
| P11        | 0,616    | 0,1388  | Valid      |
| K1         | 0,741    | 0,1388  | Valid      |
| K2         | 0,771    | 0,1388  | Valid      |

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

|      |       |        |       |
|------|-------|--------|-------|
| K3   | 0,813 | 0,1388 | Valid |
| K4   | 0,818 | 0,1388 | Valid |
| K5   | 0,842 | 0,1388 | Valid |
| K6   | 0,841 | 0,1388 | Valid |
| K7   | 0,804 | 0,1388 | Valid |
| MBU1 | 0,876 | 0,1388 | Valid |
| MBU2 | 0,849 | 0,1388 | Valid |
| MBU3 | 0,912 | 0,1388 | Valid |
| MBU4 | 0,923 | 0,1388 | Valid |
| MBU5 | 0,867 | 0,1388 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian validitas diatas, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pertanyaan pada seluruh variabel dikatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel).

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang dikumpulkan reliabel atau tidak. Penelitian disebut reliabel apabila *Cronbach's Alpha* minimal 0,6. Tabel berikut merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 2  
Uji Reliabilitas

| Variabel         | <i>Cronbach's Alpha</i> |
|------------------|-------------------------|
| Persepsi         | 0,899                   |
| Kepuasan         | 0,907                   |
| Minat Beli Ulang | 0,930                   |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel 2 diatas, menunjukkan nilai *cronbach's alpha* untuk semua variabel melebihi 0,6. Semua variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat menunjukkan setiap pernyataan dalam kuesioner mendapatkan data yang stabil dan konsisten dalam mengukur kuesioner.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji data yang dihasilkan terdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

Tabel 3  
Hasil Uji Normalitas

| Variabel                             | Signifikansi | Keterangan                |
|--------------------------------------|--------------|---------------------------|
| Persepsi, Kepuasan, Minat Beli Ulang | 0,2          | Data Berdistribusi Normal |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai sig  $0,2 > 0,05$ , kesimpulannya yaitu data berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Jika nilai VIF  $< 10$  dan *Tolerance* mendekati 1 atau  $> 0,10$ , kesimpulannya yaitu bahwa model regresi tersebut tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4  
Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | <i>Tolerance</i>  | VIF             | Keterangan                  |
|----------|-------------------|-----------------|-----------------------------|
| Persepsi | 0,311 ( $>0,10$ ) | 3,211 ( $<10$ ) | Tidak ada multikolinearitas |
| Kepuasan | 0,311 ( $>0,10$ ) | 3,211 ( $<10$ ) |                             |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel tersebut dapat dilihat seluruh variabel memiliki VIF  $< 10$ . Sedangkan nilai *Tolerance* semua mendekati 1 atau  $> 0,10$ . Pada data tersebut maka kesimpulannya yaitu tidak ada multikolinearitas.

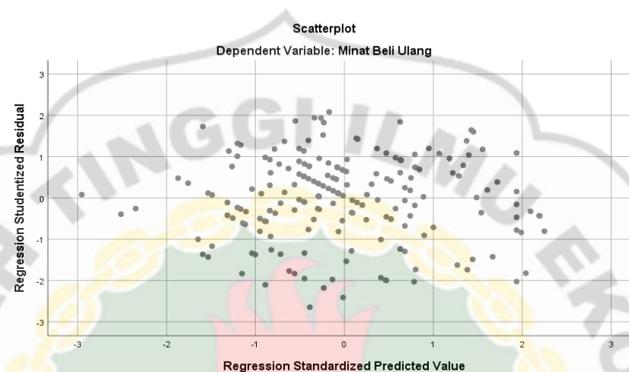
### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan pola-pola yang terdapat pada *Scatterplot* yang dihasilkan dari perhitungan regresi. Berdasarkan grafik *Scatterplot* bahwa

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tidak ada pola tertentu karena titik-titik tersebut menyebar, berada dibawah dan diatas angka 0 dan tidak beraturan. Kesimpulannya adalah bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Gambar 1  
Uji *Scatterplot*



Tabel 5  
Uji Glejser

| Variabel | Signifikansi | Lebih besar dari $\alpha$ | Keterangan                        |
|----------|--------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Persepsi | 0,954        | 0,05                      | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Kepuasan | 0,558        | 0,05                      |                                   |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel tersebut kesimpulannya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena signifikansi masing-masing variabel  $> 0,05$ .

## Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian. Hipotesis pada penelitian ini terkait persepsi pelanggan pada kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan pada minat beli ulang.

## Hasil Uji Parsial ( Uji t )

Uji T adalah metode untuk menguji data variabel independen memengaruhi variabel dependen secara parsial. Nilai  $\alpha = 5\%$  ( $\alpha/2 = 2,5\%$ ;  $df = 198$ ) jumlah responden ( $n = 200$ ) maka nilai t tabel sebesar 1,97202.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 6  
Hasil Uji Parsial (t) Model 1

| Variabel           | Koefisien Regresi | t hitung | Signifikansi |
|--------------------|-------------------|----------|--------------|
| Konstanta          | -1,781            | -1,356   | 0,177        |
| Persepsi Pelanggan | 0,830             | 20,925   | 0,000        |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y_1 = -1,781 + 0,830 X_1 + e$$

Persamaan model 1 ini dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta ( $\alpha$ ) = -1,781, nilai konstanta memiliki nilai negatif yang berarti apabila skor persepsi pelanggan sama dengan nol, maka skor kepuasan menurun (Fiona & Fajriyanti, 2013).
- Koefisien  $\beta_1 = 0,830$ , koefisien variabel persepsi pelanggan memiliki nilai positif artinya, pengaruh persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan bernilai positif. Apabila skor persepsi meningkat, maka kepuasan semakin tinggi.
- Diketahui nilai t hitung variabel persepsi pelanggan sebesar  $20,925 > t$  tabel 1,97202 dan  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Maka kesimpulannya yaitu bahwa  $H_1$  didukung yang memiliki arti terdapat pengaruh persepsi pelanggan pada kepuasan pelanggan.

Tabel 7  
Hasil Uji Parsial (t) Model 2

| Variabel           | Koefisien Regresi | T hitung | Signifikansi |
|--------------------|-------------------|----------|--------------|
| Konstanta          | -3,651            | -2,791   | 0,006        |
| Kepuasan Pelanggan | 0,715             | 14,392   | 0,000        |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

$$Y_2 = \alpha + \beta_2 Y_1 + e$$

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$Y_2 = -3,651 + 0,715Y_1 + e$$

Persamaan model 2 ini dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta ( $\alpha$ ) = -3,651, nilai konstanta memiliki nilai negatif yang berarti apabila skor kepuasan sama dengan nol, maka skor minat beli ulang menurun (Fiona & Fajriyanti, 2013).
- Koefisien  $\beta_2 = 0,715$ , koefisien variabel kepuasan memiliki nilai positif artinya, pengaruh kepuasan terhadap minat beli ulang bernilai positif. Jika skor kepuasan meningkat, maka minat beli ulang semakin tinggi.
- Diketahui nilai t hitung variabel kepuasan sebesar  $14,392 > t$  tabel  $1,97202$  dan  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Maka kesimpulannya yaitu  $H_2$  didukung yang memiliki arti terdapat pengaruh kepuasan pelanggan pada minat beli ulang.

## Hasil Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai F tabel sebesar 3,89 dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 8  
Hasil Uji Simultan (F) Model 1

| Variabel           | F hitung | F tabel |
|--------------------|----------|---------|
| Persepsi Pelanggan | 437,852  | 3,89    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai F hitung sebesar  $437,852 > F$  tabel 3,89. Hasil tersebut memenuhi syarat karena nilai F hitung lebih besar

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

daripada nilai F tabel, sehingga variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen.

Tabel 9  
Hasil Uji Simultan (F) Model 2

| Variabel           | F hitung | F tabel |
|--------------------|----------|---------|
| Kepuasan Pelanggan | 207,120  | 3,89    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai F hitung sebesar  $207,120 > F$  tabel 3,89. Hasil tersebut memenuhi syarat karena nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, sehingga variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen.

### Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi bisa diartikan sebagai ukuran untuk melihat kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 10  
Hasil Uji *Adjusted R Square* Model 1

| Variabel           | <i>Adjusted R Square</i> |
|--------------------|--------------------------|
| Persepsi Pelanggan | 0,687                    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,687, yang memiliki arti bahwa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen sebesar 68,7% sisanya 31,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model ini.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 11  
Hasil Uji *Adjusted R Square* Model 2

| Variabel           | <i>Adjusted R Square</i> |
|--------------------|--------------------------|
| Kepuasan Pelanggan | 0,509                    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,509 yang memiliki arti bahwa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen sebesar 50,9% sisanya 49,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model ini.

## Pembahasan

1.  $H_1$ : Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari positif berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Dari hasil uji t variabel persepsi pelanggan memiliki t hitung lebih besar dari t tabel ( $20,925 > 1,97202$ ) dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka penelitian ini dapat menyatakan hipotesis pertama bahwa “Terdapat pengaruh positif persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari pada kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air”. Dengan demikian hipotesis ( $H_1$ ) **didukung**.

2.  $H_2$  : Kepuasan pelanggan positif berpengaruh pada minat beli ulang.

Dari hasil uji t variabel kepuasan pelanggan memiliki t hitung lebih besar dari t tabel ( $14,392 > 1,97202$ ) dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka penelitian ini dapat menyatakan hipotesis kedua bahwa “Terdapat pengaruh positif kepuasan pelanggan pada minat beli ulang pada maskapai Lion Air”. Dengan demikian hipotesis ( $H_2$ ) **didukung**.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pramugari pada Kepuasan Pelanggan serta Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Minat Beli Ulang (Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air)”. Hasil pengolahan data dalam penelitian dan diskusi yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulannya adalah:

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada minat beli ulang.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Bagi perusahaan Lion Air  
Perusahaan Lion Air disarankan untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan pramugari untuk kedepannya. Konsumen akan merasa puas apabila kualitas pelayanan yang dirasakannya memiliki kesan positif.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Berdasarkan penelitian diatas hanya menggunakan tiga variabel. Studi selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain, misalnya loyalitas pelanggan dan pendapatan serta menambah proses pengambilan data melalui proses wawancara secara mendalam terhadap responden, sehingga informasi data yang didapatkan memperoleh hasil yang maksimal.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2016). *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Algifari. (2017). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta.
- Badjree, K. A., & Muniroh, L. (2017). Hubungan Body Image, Asosiasi Emosional, dan Pola Konsumsi Dengan Status Anemia Pramugari. *Media Gizi Indonesia*, 12(2), 141-148.
- Fiona, K. (2013). Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Kualitas Hidup Penderita Skizofrenia. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial Universitas Airlangga*, 2(3), 106-13.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Caslione, J. A. (2009). How Marketers can Respond to Recession and Turbulence. *Journal of Customer Behaviour*, 8(2), 187-191.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. *Emerging Perspectives on Services Marketing*, 65(4), 99-107.
- Lin, H. H., & Wang, Y. S. (2006). An Examination of The Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts. *Information & Management*, 43(3), 271-282.
- Manggarani, C. A. (2018). Benarkah Karyawan yang Puas Akan Berimpak pada Kepuasan Pelanggan?. *Modus*, 30(2), 143-157.
- Manggarani, C. A. (2018). The Role Of Customer Engagement On Customer Loyalty: A Study At A Private Higher Education Institution. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 2(1), 71-82.
- Ningsih, D. A., Imron, A., & Triwiyanto, T. (2018). Hubungan Persepsi Tentang Kualitas dan Pelayanan Pendidikan dengan Kepuasan Orang Tua Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri. *Jurnal Adminitrasi dan Manajemen Pendidikan*, 1(2), 245-254.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone. *Value Added*, 47-62.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10-17.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rezvani, M., Hoseini, H. K., & Samadzadeh, M. M. (2012). Investigating the Role of Word of Mouth on Consumer Based Brand Equity Creation in Iran's Cell-Phone Market. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 2(1), 1-15.

Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik*. Jakarta: Gramedia.

Surapranata, H., & Iskandar, B. P. (2013). Evaluation of Customer Satisfaction Using Service Quality Dimension at D'seuhan Da Lada Restaurant. *Journal of Business and Management*, 2(1), 14-28.

Tarofder, A. K., Nikhashemi, S. R., Azam, S. F., Selvantharan, P., & Haque, A. (2016). The Mediating Influence of Service Failure Explanation on Customer Repurchase Intention through Customers Satisfaction. *International Journal of Quality and Service Sciences*. 8(4), 516-535.

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

Website:

Nurdin, W. (2017, November 29). *Seorang Pramugari Lion Air Dilaporkan ke Polisi Bandara, Ternyata Gara-gara Lakukan Ini ke Penumpang*. [tribunnews.com:https://www.tribunnews.com/nasional/2017/11/29/seorang-pramugari-lion-air-dilaporkan-ke-polisi-bandara-ternyata-gara-gara-lakukan-ini-ke-penumpang?page=2](https://www.tribunnews.com/nasional/2017/11/29/seorang-pramugari-lion-air-dilaporkan-ke-polisi-bandara-ternyata-gara-gara-lakukan-ini-ke-penumpang?page=2). Diakses 8 Maret 2020..

Pernando, A. (2020, Januari 07). *Viral Penumpang Kecewa Maskapai, Menteri Budi Ingatkan Kepuasan Pelanggan*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200107/98/1187900/viral-penumpang-kecewa-maskapai-menteri-budi-ingatkan-kepuasan-pelanggan>. Diakses 26 Juli 2020.

**PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**

