

USULAN

PENELITIAN INTERNAL

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
DALAM MENGGUNAKAN PENERBANGAN PESAWAT GARUDA INDONESIA



Oleh :

MUHAMAD JALU PURNOMO, ST., M.Eng (NIDN : 0519128301)

PROGRAM STUDI AERONAUTIKA

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI ADISUTJIPTO

TA 2016/2017

HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

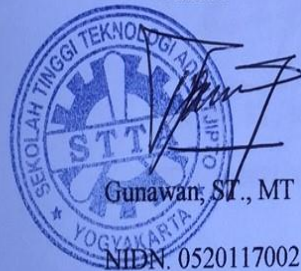
1. Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dalam Menggunakan Penerbangan Pesawat Garuda Indonesia
2. Bidang Penelitian : Penerbangan
3. Identitas Pengusul
 - a. Nama : Muhamad Jalu Purnomo, ST., M.Eng
 - b. NIDN : 0519128301
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - d. Bidang Keahlian : Sistem Pesawat Terbang
4. Biaya Penelitian : Rp. 2.500.000,00

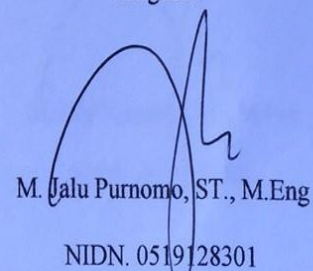
Mengetahui

Yogyakarta, 28 April 2017

Waket I

Pengusul


Gunawan, ST., MT
NIDN. 0520117002


M. Jalu Purnomo, ST., M.Eng
NIDN. 0519128301

Menyetujui


Kep3M
Yenni Astuti, ST., M.Eng

NIDN. 0528088402

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------------------------------|---------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| RINGKASAN USULAN..... | iv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI | 5 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 11 |
| BAB 4 BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN..... | 16 |
| DAFTAR PUSTAKA | 17 |
| LAMPIRAN 1. BIODATA PENELITI | 19 |
| LAMPIRAN 2. SURAT PERNYATAAN PENELITI..... | 20 |

Ringkasan Usulan

Industri penerbangan dalam 10 tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut terjadi karena adanya peningkatan jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) per tanggal 2 Februari 2015 menunjukkan bahwa pada tahun 2014 jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara mencapai 72,6 juta orang penumpang. Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi incaran oleh beberapa pengusaha penerbangan untuk membuka lahan bisnis dalam industri penerbangan.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang ada menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti tentang analisis konsep Garuda Experience terhadap kepuasan pelanggan belum pernah ada di dalam buku maupun penelitian manapun. Penelitian ini akan membahas mengenai analisis konsep pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan tentang kualitas layanan konsep Garuda Experience dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan Garuda Indonesia

Kata kunci : penumpang, kepuasan, penerbangan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri penerbangan dalam 10 tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut terjadi karena adanya peningkatan jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) per tanggal 2 Februari 2015 menunjukkan bahwa pada tahun 2014 jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara mencapai 72,6 juta orang penumpang. Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi incaran oleh beberapa pengusaha penerbangan untuk membuka lahan bisnis dalam industri penerbangan.

Sebagai usaha yang menjanjikan, serta didukung dengan wilayah geografi Indonesia yang cukup luas sehingga memerlukan transportasi yang cepat, aman, dan nyaman. Menurut Direktorat Jenderal Perhubungan Udara tercatat jumlah maskapai penerbangan berjadwal nasional yang telah beroperasi pada tahun 2015 sebanyak 15 perusahaan penerbangan. Pada tahun berikutnya banyak beberapa perusahaan penerbangan yang telah mengajukan izin terbang namun belum memenuhi persyaratan kelaiakan terbang. Industri penerbangan merupakan industri yang menggiurkan, pada setiap harinya di bandar udara Soekarno Hatta lebih dari 20,3 juta penumpang menggunakan jasa penerbangan. Ini merupakan suatu ukuran yang cukup besar. Sumber: <http://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/2374>. Diakses 16 September 2015 pukul 20.00 WIB. 2 Sumber: <http://hubud.dephub.go.id>. Diakses 16 September 2015 pukul 20.00 WIB. Permintaan (demand) dalam memilih transportasi penerbangan akan terus mengalami peningkatan pada musim sibuk (peak season) liburan sekolah, hari besar keagamaan.

Selain itu pertumbuhan perjalanan dengan udara terdapat faktor-faktor lainnya seperti faktor lingkungan yang merupakan taraf daya tarik destinasi yang memuaskan bermacam

kebutuhan selama perjalanan, faktor sosial demografis yang erat berkaitan dengan ciri-ciri khas penduduk, alam dan keadaan sosial dipusat-pusat sumber wisatawan, dan faktor yang terakhir adalah faktor keuangan sebagai penentu dalam melakukan berpergian (Wahab, 2003). Semakin banyaknya persaingan dalam industri penerbangan, perusahaan penerbangan mulai berupaya membuat strategi yang tepat dalam upaya mencapai kesuksesan. Upaya yang dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan, keamanan serta strategi promosi. Konsumen saat ini mulai cerdas dalam pilihan maskapai penerbangan yang dituju mulai dari faktor keamanan dan kenyamanan, fasilitas dan ketepatan waktu, serta harga yang ditawarkan. PT Garuda Indonesia dalam hal ini tidak akan takut bersaing dengan maskapai lainnya. Sebagai perusahaan milik pemerintah di bawah naungan Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telah memiliki segmen yang berbeda dengan perusahaan penerbangan lainnya. Konsep layanan penuh atau biasa disebut *full service* menjadikan Garuda Indonesia memiliki pasar kalangan menengah hingga atas.

Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan sebelum penerbangan (*pre-flight*), selama penerbangan (*in-flight*), dan hingga setelah tiba (*post-flight*). Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan pada perusahaan di bidang jasa penerbangan. Hal tersebut dikarenakan karena perusahaan dibidang jasa bergerak karena adanya konsumen. Konsumen memiliki ekspektasi yang selalu ingin dilayani sepenuhnya dan akan memberikan hasil kepuasan. Konsumen dalam hal ini adalah penumpang selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari penyedia jasa. Perilaku konsumen untuk memilih menggunakan Garuda Indonesia terlihat dari pengalaman yang telah didapatkan. Selain disisi harga, Garuda Indonesia memiliki konsep penerbangan baru “Garuda Experience” yang memberikan pengalaman yang baru dan berbeda.

Menurut Engel et al (1995), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dapat memuaskan kebutuhan mereka. Konsumen saat ini sangat cerdas dalam

mengambil keputusan. Dalam memilih maskapai penerbangan, konsumen lebih berani membeli dan membayar lebih mahal untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang memuaskan. Perilaku konsumen memang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Hal yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih maskapai penerbangan adalah loyalitas pelanggan tetap, maupun konsumen yang bersifat eksplorasi. Konsumen yang bersifat eksplorasi dalam memilih penerbangan bertujuan untuk dapat merasakan dan membandingkan pelayanan yang diberikan setiap perusahaan penerbangan. Penelitian ini secara keseluruhan akan membahas kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen khususnya penumpang.

Pelayanan Garuda Indonesia yang baru yaitu Garuda Experience yang merupakan gerakan perubahan yang bertujuan meningkatkan pelayanan. Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis konsep pelayanan Garuda Experience terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia. PT Garuda Indonesia dalam meningkatkan pelayanan kepada penumpang melakukan perubahan terhadap pelayanan atau disebut dengan Garuda Experience. Dalam ruang lingkup pelayanan, penulis mencantumkan teori – teori yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan untuk memuaskan pelanggan tidak harus dengan mengorbankan harga diri atau citra diri karena memberikan pelayanan bukan didasarkan pada ketaklukan kepada satu pihak dengan pihak lain, namun sebaliknya pelayanan dilakukan untuk mewujudkan manfaat terbaik bagi semua pihak yaitu dengan cara pengembangan strategi pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana persepsi pelanggan tentang kualitas layanan konsep Garuda Experience dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan Garuda Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan tentang kualitas layanan konsep Garuda Experience dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan Garuda Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu penerbangan khususnya dalam bidang pelayanan dan hospitalitas. Selain itu dapat menambah kajian serta pengembangan ilmu pelayanan dan hospitalitas terhadap industri penerbangan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan dibatasi pada kondisi tertentu diantaranya sebagai berikut.

1. Lokasi penelitian dilaksanakan di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta Cengkareng.
2. Pengambilan data berupa hasil wawancara dengan narasumber peneliti langsung menunjuk beberapa yang dianggap kompeten sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang dianggap sesuai dan hanya berfokus pada kualitas pelayanan.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada konsep pelayanan Garuda Experience kemudian dilakukan analisis lebih mendalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Garuda Indonesia.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian tentang kualitas layanan sudah banyak dilakukan oleh peneliti peneliti terdahulu. Pertama penelitian skripsi oleh Ahmad Waskhita (2014) dengan judul “Kualitas Pelayanan PT Kereta Api Indonesia Studi Kasus Kualitas Pelayanan Kereta Api Ekonomi AC Gajah Wong Relasi Yogyakarta – Jakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah penjelasan pelayanan kereta api khususnya kelas ekonomi sesuai dengan standar pelayanan minimal yang telah di tetapkan oleh Kementerian Perhubungan melalui Peraturan Menteri Nomor 9 Tahun 2011 tentang standar pelayanan minimal untuk angkutan orang.

Kemudian yang kedua penelitian dalam judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia oleh Aris Bagus Permana (2012). Penelitian ini membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pembahasan dalam penelitian ini hanya fokus pada pelayanan dan khususnya pada penumpang kelas ekonomi dan hanya diwilayah bandar udara Juanda.

Kemudian penelitian ketiga milik Irsyad Hadi Saputro (2013) dalam penelitian dalam judul “Budaya Hospitality Sebagai Strategi Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan”. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan Direktorat Pelayanan PT Garuda Indonesia. Pembahasan penelitian ini membahas konsep dan pelaksanaan budaya hospitalitas terhadap pelayanan kepada penumpang khususnya berkaitan juga dengan pariwisata dan konsep hospitality pariwisata yang di terapkan pada pelayanan dibidang industri jasa.

Kemudian keempat penelitian oleh Scott Wicaksono Sampson (2016) dalam judul “Analisis Faktor Daya Tarik Maskapai Garuda Indonesia Studi Kasus Rute Yogyakarta (JOG) - Jakarta (CGK)”. Penelitian ini membahas faktor daya tarik yang dimiliki Garuda

Indonesia dan kualitas pelayanan pada rute Yogyakarta – Jakarta yang terdiri atas sebelum keberangkatan, selama penerbangan, dan sesudah penerbangan.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang ada menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti tentang analisis konsep Garuda Experience terhadap kepuasan pelanggan belum pernah ada di dalam buku maupun penelitian manapun. Penelitian ini akan membahas mengenai analisis konsep pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Transportasi Udara

Pertumbuhan global tidak akan memiliki arti sama sekali, bahkan nyaris menjadi sulit berkembang tanpa terselenggaranya sistem angkutan udara yang baik. Sarana angkutan telah menjadi andalan bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Dampak ikutannya dapat segera terlihat pada perkembangan social dan budaya yang mengikutinya.

Salah satu fenomena yang menarik dalam perkembangan global adalah, meningkatnya secara konsisten arus pergerakan barang dan orang. Pergerakan orang dan barang ini adalah sebagai akibat yang wajar atau konsekuensi logis dari hukum ekonomi yang paling mendasar yaitu interaksi dari “demand” dan “supply”. Tuntutan yang tinggi akan kebutuhan barang dan juga kebutuhan kunjungan para pelaku ekonomi serta bidang lainnya semakin hari semakin tinggi. Tidak cukup, hanya kepada kapasitas angkut yang harus senantiasa diperbesar, akan tetapi ternyata kebutuhan akan kecepatan menjadi semakin besar. Disinilah kemudian orang melihat, dominasi angkutan udara menjadi berkembang melampaui dari perkiraan orang dan bahkan para ahli sekali pun.

Persaingan dalam banyak hal, terutama dibidang pembangunan ekonomi global ternyata telah merangsang para ilmuwan untuk menyediakan sistem transportasi yang dapat

melayaninya. Demikian, kemudian terjadilah perlombaan besar-besaran dalam teknologi penerbangan. Sekedar menambah pengetahuan saja terutama sekali tentang pesatnya kemajuan teknologi penerbangan.

Untuk menjawab tantangan itu, disusun Sistem Transportasi Nasional (Sistranas) yang bertujuan mewujudkan perangkutan yang andal dan berkemampuan tinggi dalam menunjang sekaligus menggerakkan dinamika pembangunan, meningkatkan mobilitas manusia, barang dan jasa, membantu terciptanya pola distribusi nasional yang mantap dan dinamis, serta mendukung pengembangan wilayah dan lebih memantapkan perkembangan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara dalam rangka perwujudan Wawasan Nusantara dan peningkatan hubungan internasional. Banyak pihak yang terkait dengan moda transportasi udara dan secara garis besar pihak tersebut antara lain adalah perusahaan angkutan udara, penumpang, ground handling, penyelenggara bandar udara, pemerintah selaku regulator dan pengguna jasa serta masyarakat di sekitar usaha tersebut beroperasi.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (1994) mengatakan pelayanan adalah suatu aktivitas atau hasil yang di tawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain (konsumen) yang biasanya tidak dapat terlihat dengan kasat mata. Namun, hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya antara konsumen dengan karyawan atau hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan (Gronroos 2000, via Ratminto, 2005:2). Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan (Parasuraman, Berry dan Zenthaml via Lupiyoadi, 2006:181). Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof via Wisnalmawati, 2005:155).

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997 via Wisnalmawati, 2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 (Parasuraman, 1998 via Lupiyoadi, 2001:148) adalah sebagai berikut :

1. Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keaasan lingkungan sekitarnya adalah bukti fisik nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa tersebut.
2. Relibility (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja penyedia jasa pelayanan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan.
3. Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan perusahaan.

5. Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:52), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tse dan Wilton, 1988 via Lupiyoado, 2004:349). Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Menurut Kotler (2000:41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (customer oriented).
2. Survei kepuasan pelanggan Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan

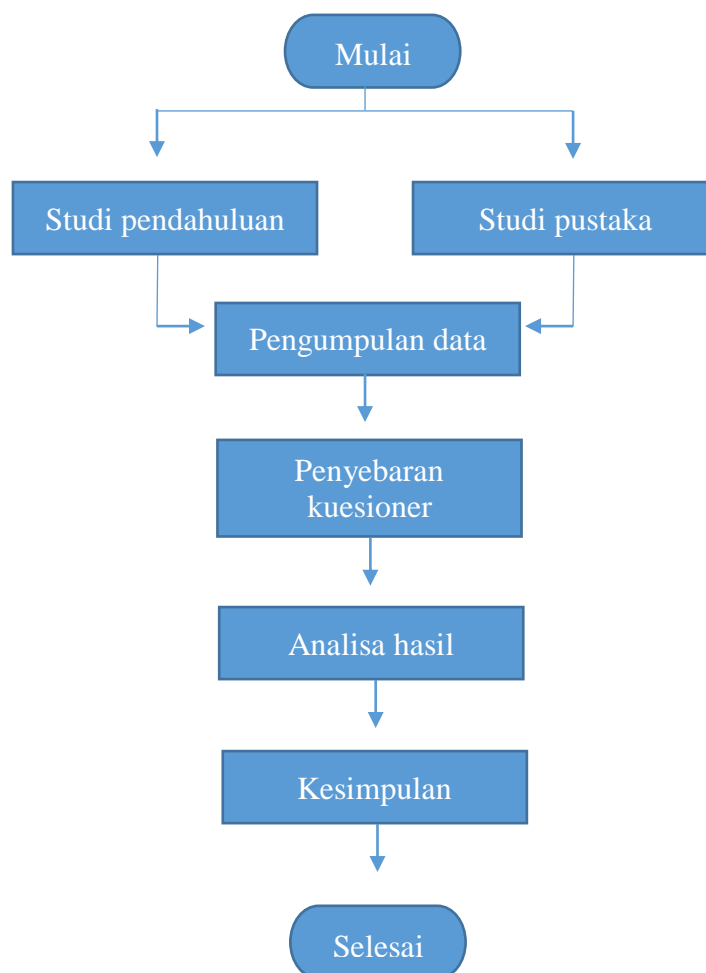
kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. Ghost Shopping Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (ghost shopper) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para ghost shopper tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisis pelanggan yang hilang Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Agar penelitian terarah dan teratur sesuai dengan tujuan yang akan dicapai maka penelitian ini dilaksanakan dengan langkah – langkah penelitian mulai daritahap pendahuluan berupa studi pendahuluan sampai dengantahap kesimpulan.



Gambar 3.1 Diagram alir penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh data dari perusahaan/instansi kemudian di analisis sesuai dengan rumusan masalah yang telah disebutkan. Kualitas suatu hasil penelitian sangat bergantung kepada teknik pengambilan data yang ditemukan. Pengumpulan data suatu penelitian terbagi menjadi dua cara yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/ suatu organisasi secara langsung dari obyek yang diteliti. Dalam memperoleh data, penulis mengambil data primer secara langsung melalui wawancara kepada narasumber yang berkaitan dengan bidang pelayanan PT Garuda Indonesia.
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil studi atau karya lainnya yang dikumpulkan menjadi satu baik yang diterbitkan ataupun data atau arsip resmi PT Garuda Indonesia.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data secara garis besar dapat dilakukan dengan cara:

1. Observasi Observasi merupakan metode pengumpulan data secara langsung melalui pengamatan dilapangan.
2. Wawancara Pengumpulan data melalui wawancara langsung merupa metode pengumpulan data melalu proses tanya jawab secara langsung yang bertujuan memperoleh data yang benar sesuai fakta di lapangan. Wawancara dilakukan secara langsung pada divisi pelayanan PT Garuda Indonesia. Wawancara juga dilakukan oleh pihak – pihak terkait yang bertanggung jawab dalam melayani penumpang.
3. Studi pustaka Dalam penulisan sebuah karya ilmiah berupa hasil penelitian memerlukan studi pustaka. Hal tersebut dilakukan sebagai langkah awal untuk menyiapkan kerangka penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi penelitian yang sejenis, memperdalam riset yang dilakukan serta sebagai bahan kajian terhadap penelitian.
4. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan metode sampling purposive. Kuesioner

akan dibagikan secara acak kepada pelanggan yang pernah menggunakan Garuda Indonesia sebanyak 50 responden.

3.2 Teknik Pengolahan Data

Data hasil dari observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner yang telah diperoleh oleh peneliti selanjutnya akan dilakukan analisis lebih mendalam untuk menginterpretasikan, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

3.3 Analisis Kualitatif

Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikasi, dan format grounded research. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89). Selanjutnya penelitian akan memberikan gambaran dengan cara cermat tentang konsep pelayanan Garuda Experience terhadap pelanggan Garuda Indonesia dengan tujuan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

3.4 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka – angka. Adapun metode pengolahannya adalah sebagai berikut.

1. Editing (Pengeditan) Memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan.

2. Coding (Pemberian Kode) Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama.

3. Scoring (Pemberian Skor) Scoring adalah suatu kegiatan yang berupa penelitian atau pengharapan yang berupa angka – angka kuantitatif yang diperlukan dalam penghitungan atau mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Penghitungan scoring digunakan skala Likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sugiyono, 2004: 87).

a. Skor 5 untuk jawaban sangat baik sekali (SBS).

b. Skor 4 untuk jawaban sangat baik (SB).

c. Skor 3 untuk jawaban baik (B).

d. Skor 2 untuk jawaban tidak baik (TB).

e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak baik (STB). Hasil kuesioner akan dihitung indeks menggunakan rumus sebagai berikut. Nilai Indeks = $((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / 5$

Dimana:

F1 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 1.

F2 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 2.

F3 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 3.

Dan seterusnya hingga F5 untuk menjawab 5 skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini. Pada kuesioner penelitian ini, angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan dari angka 1 hingga 5.

Oleh karena itu angka indeks yang dihasilkan akan dimulai dari angka 10 hingga 50 dengan rentang 40. Dalam penelitian ini digunakan kriteria 3 kotak (three box method), maka rentang sebesar 40 akan dibagi 3 dan menghasilkan rentang sebesar 13.33. Rentang tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan indeks persepsi konsumen terhadap

variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Ferdinand, 2006:292), yaitu sebagai berikut. $36,68 - 50,00 =$ Tinggi $23,34 - 36,67 =$ Sedang $10,00 - 23,33 =$ Rendah

BAB 4 BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran biaya

| No | Jenis Pengeluaran | Biaya yang diusulkan |
|--------|-------------------------------------|----------------------|
| 1 | Gaji dan Upah | Rp. 500.000,00 |
| 2 | Bahan habis pakai dan peralatan | Rp. 500.000,00 |
| 3 | Perjalanan | Rp. 750.000,00 |
| 4 | Lain – lain (Publikasi dan seminar) | Rp. 750.000,00 |
| Jumlah | | Rp. 2.500.000,00 |

4.2 Jadwal Penelitian

| Jenis kegiatan \ Bulan ke | 1 | 2 | 3 |
|------------------------------|---|---|---|
| Studi Pendahuluan | | | |
| a. Studi karakteristik objek | | | |
| b. Pengumpulan data | | | |
| Pengumpulan data | | | |
| a. Pembuatan kuesioner | | | |
| b. Penyebaran kuesioner | | | |
| Pengolahan data | | | |
| Penyelesaian | | | |
| a. Kesimpulan dan saran | | | |
| b. Penyusunan laporan | | | |

Daftar pustaka

(BPS) tanggal 2 Februari 2015

<http://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/2374>

<http://hubud.dephub.go.id>

Wahab, salah 2003 'manajemen kepariwisataan. Jakarta: Pradya Paramita

Atik,dan ratminto. 2005. Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Engel, James et al. 2006. Consumer Behaviour. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics

Tse. O.K., dan P.e. Wilton. 1988. "Models of Consumer Satisfaction Formation: AnExtension". *Journal of Marketing Research*. Vol. 25. May.

Rangkuti, Freddy (2002). Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Kotler, Philip. 1994. Marketing management: analysis, planning, implementation control. New jersey: Prentice Hall, inc

Lupiyoadi, Rambat (2006) Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta

Wyckof via Wisnalmawati, 2005:155

Kotler, 1997 via Wisnalmawati, 2005:156

Kotler 2000:41

Parasuraman, 1998 via Lupiyoadi, 2001:148

Ahmad Washkita (2014) dengan judul "Kualitas Pelayanan PT Kereta Api Indonesia Studi Kasus Kualitas Pelayanan Kereta Api Ekonomi AC Gajah Wong Relasi Yogyakarta – Jakarta".

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia oleh Aris Bagus Permana (2012).

Irsyad Hadi Saputro (2013) dalam penelitian dalam judul "Budaya Hospitality Sebagai Strategi Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan".

Adisasmita, Sakti Aji. 2011. Perencanaan Pembangunan Transportasi. Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi, (1998). Prosedur Penelitian, Rineka Cipta, Jakarta

Azwar Syarifudin.(1995) Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Edisi 2. Yogyakarta :
Pustaka Pelajar

Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitaan Sosial. Bandung: PT Rafika

Lmapiran 1. Biodata Peneliti

a. Identitas Diri

| | | |
|----|-------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1 | Nama Lengkap (dengan gelar) | Muhamad Jalu Purnomo, ST., M.Eng |
| 2 | Jenis Kelamin | Laki – laki |
| 3 | Jabatan Fungsional | Asisten Ahli |
| 4 | Jabatan Struktural | Ketua Program Studi Aeronautika |
| 5 | NIP | 121097 |
| 6 | NIDN | 0519128301 |
| 7 | Tempat dan Tanggal Lahir | Klaten, 19 Desember 1983 |
| 8 | E-mail | Jalu_p@yahoo.com |
| 9 | Nomor Handphone | 08122975481 |
| 10 | Alamat Kantor | Jl. Janti blok R Lanud Adisutjipto, Yogyakarta |
| 11 | Nomor Telpon Kantor | 0274-451262 |
| 12 | Lulusan yang telah Dihasilkan | S1 = 5 orang, S2 = - S3= - |
| 13 | Mata Kuliah yang diampu | Sistem Pesawat Terbang |
| | | Perawatan Pesawat |

b. Riwayat Pendidikan

| Program | S-1 | S-2 |
|-------------|--------------------|------------------|
| Nama PT | STTA - Yogyakarta | UGM - Yogyakarta |
| Bidang Ilmu | Teknik Penerbangan | Teknik Mesin |
| Tahun Masuk | 2002 | 2009 |
| Tahun Lulus | 2007 | 2011 |

Lampiran 2. Surat Pernyataan Peneliti

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Jalu Purnomo

NIDN : 0519128301

Jabatan Fungsional : Asisten Ahli



Dengan ini menyatakan bahwa usulan penelitian saya dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dalam Menggunakan Penerbangan Pesawat Garuda Indonesia “ , yang diusulkan dalam penelitian internal Tahun Ajaran 2016/2017 belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mengembalikan seluruh pendanaan penelitian ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar – benarnya.


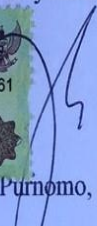
Mengetahui,

Ka. Prodi Aeronautika



Muhamad Jalu Purnomo, ST., M.Eng
NIP. 121097

Yang menyatakan



Muhamad Jalu Purnomo, ST., M.Eng
NIP. 121097

