

KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG CITILINK

Sigit Wiharyo
sigitwiharyo@gmail.com
Anindhyta Budiarti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is aimed to find out the customers satisfaction as the influence medium of service quality and price to the loyalty of Citilink customers at Juanda International airport. The research object is the airline company of PT. Citilink Indonesia. The sample collection technique has been conducted by using probability sampling. The research data has been taken by issuing questionnaires to 100 respondents. Meanwhile the analysis technique has been done by using path analysis method. The result of multicollinearity test shows that all variables are free from multicollinearity. There are independent variables which can be used in the research. The result of heteroscedasticity test shows that these variables have not experienced any heteroscedasticity, so the variables can be used in this research. The result of the research shows that service quality has significant and positive influence to the customer satisfaction. Price has significant and positive influence to the customer satisfaction. Customer satisfaction has significant influence to the customer loyalty. Indirectly service quality has significant and positive influence to the customer satisfaction and customer satisfaction has positive influence to the loyalty. Indirectly price has significant and positive influence to the customer satisfaction and customer satisfaction has positive influence to the loyalty. Service quality has significant and positive influence to the loyalty. Price does not have any direct influence to the loyalty.

Keywords: Service quality, price, customer satisfaction, and customer loyalty.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan penumpang sebagai mediasi pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas penumpang Citilink di Bandara Internasional Juanda. Obyek penelitian yaitu perusahaan maskapai penerbangan PT. Citilink Indonesia. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah probability sampling. Data penelitian diambil berdasarkan kuesioner oleh 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah metode path analysis. Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel bebas multikolinieritas. Maka variabel bebas dapat digunakan dalam penelitian ini. Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga variabel dapat digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Kepuasan penumpang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Secara tidak langsung kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang dan kepuasan penumpang berpengaruh positif terhadap loyalitas. Secara tidak langsung harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang dan kepuasan penumpang berpengaruh positif terhadap loyalitas. Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas. Harga tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas.

Kata kunci : Kualitas layanan, harga, kepuasan penumpang dan loyalitas penumpang.

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini perkembangan teknologi transportasi semakin modern baik darat, laut, maupun udara. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya alternatif transportasi yang bisa digunakan masyarakat untuk membantu akomodasinya menuju ke suatu tempat tujuan yang akan dituju. Salah satu jasa sarana transportasi banyak digunakan saat ini di Indonesia adalah jasa transportasi udara yang memiliki keunggulan dibandingkan jasa sarana transportasi lainnya yaitu dapat mencapai tempat tujuan dengan waktu yang cukup singkat dan efisien.

Di lihat dari kondisi letak geografis Indonesia yang cukup luas dan memiliki banyak pulau sehingga moda transportasi udara dibutuhkan untuk mempermudah jangkauan masyarakatnya untuk bepergian serta banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada di Indonesia menciptakan sebuah persaingan yang cukup ketat antar maskapai penerbangan. Seiring dengan pengguna jasa transportasi udara di Indonesia yang selalu mengalami pertumbuhan baik domestik maupun internasional dan maskapai penerbangan selaku penyedia jasa penerbangan berusaha memberikan kualitas produk jasa sebaik-baiknya.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis penerbangan menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa penerbangan ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen (Riadi, 2013).

Citilink selaku maskapai penerbangan *low cost carrier* memiliki persaingan yang cukup ketat dalam dunia penerbangan di Indonesia. Banyak maskapai penerbangan yang ada di Indonesia menetapkan tarif *low cost carrier* seperti Lion Air, Air Asia, Sriwijaya dan Citilink sehingga maskapai tersebut bersaing antara harga dan kualitas layanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas antara harapan dan kenyataan yang diberikan oleh maskapai.

Dengan adanya persaingan yang terjadi antara kualitas layanan dan harga yang diberikan di maskapai penerbangan *low cost carrier*, Citilink berharap dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang selanjutnya akan menimbulkan loyalitas pelanggan. dalam memberikan kualitas layanan kepada pelanggan pun menurut para ahli pemasaran seperti Parasuraman *et al* (1998) dalam Lupiyoadi (2013:216) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

Tujuan dari peneliti ini membahas tentang perusahaan maskapai penerbangan Citilink karena pada saat ini persaingan jasa penerbangan *low cost carrier* sangatlah ketat dalam hal kualitas layanan yang diberikan dan harga tiket yang ditetapkan sehingga memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan yang selanjutnya akan menimbulkan rasa loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1). Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?, (2). Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?, (3). Apakah kepuasan penumpang mempunyai pengaruh terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?, (4). Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?, (5). Apakah harga mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada Citilink

di Bandara Internasional Juanda?, (6). Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?, (7). Apakah harga mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1). Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda, (2). Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda, (3). Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda, (4). Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda, (5). Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara harga terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada Citilink di Bandara Internasional Juanda, (6). Untuk mengetahui pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda, (7). Untuk mengetahui pengaruh langsung antara harga terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda.

TINJAUAN TEORETIS

Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6) didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Sedangkan Menurut American Marketing Association (2007) dalam Tjiptono (2014:4) pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas.

Defnisi Jasa

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono (1996:6) definisi jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Sedangkan definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas dikemukakan oleh Gronroos (2000) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:13) jasa adalah proses yang terdiri dari atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Dalam teori ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan diartikan untuk dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sesuai dengan persepsi pelanggan yang diharapkan. Menurut Parasuraman *et al* (1998) dalam Lupiyoadi (2013:216-2017) disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi atau indikator *service quality* sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*realibility*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharapkan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Harga (Price)

Menurut Swastha (1993:185), harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Berdasarkan definisi ini, harga atas suatu barang atau jasa tidak saja sejumlah nilai yang tertera di daftar harga atau labelnya, tetapi juga fasilitas atau pelayanan lain yang diberikan pihak penjual kepada pembeli barang tersebut. Sedangkan menurut Tjptono dan Chandra (2012:317) harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat (*perceived benefits*) dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

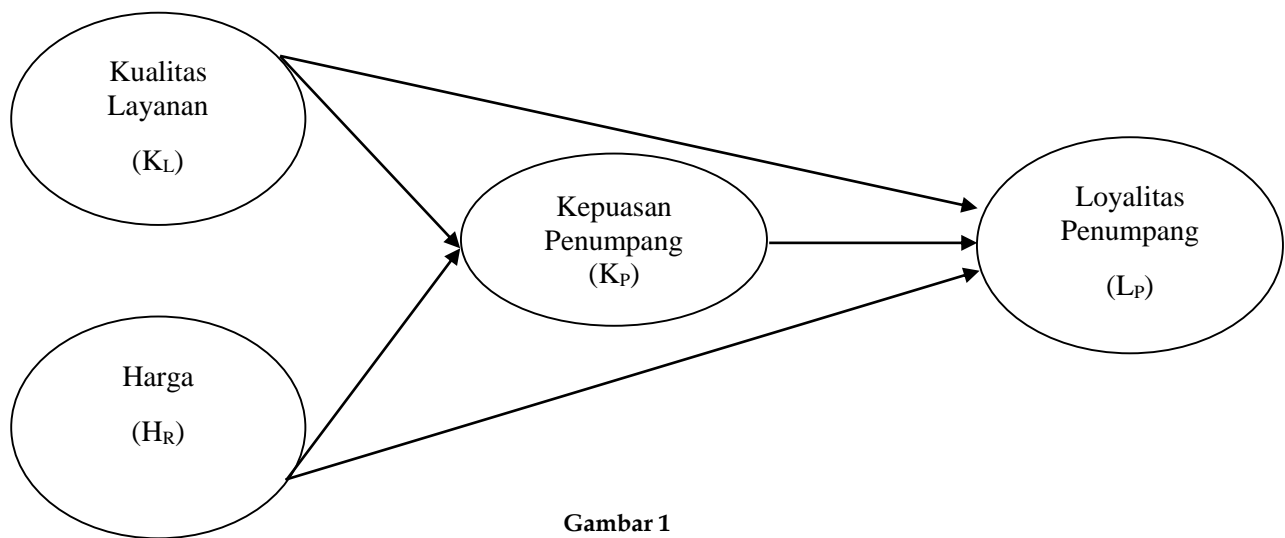
Kepuasan Pelanggan (Consumer Satisfaction)

Menurut Westbrook dan Reily (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:207) adalah respon emosional terhadap pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau pola perilaku berbelanja dan perilaku pembeli, serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu proses evaluative kognitif di mana persepsi (atau keyakinan) terhadap sebuah obyek, tindakan atau kondisi dibandingkan dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan, hasrat) seseorang.

Loyalitas Pelanggan (Consumer Loyalty)

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasa digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan terhadap negara, gerakan atau individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan dalam konteks bisnis untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya, Lovelock *et al* (2010:76).

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Perumusan Hipotesis

- H1 :Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H2 :Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H3 :Kepuasan penumpang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H4 :Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H5 :Harga mempunyai pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang pada Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H6 :Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan langsung terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda
- H7 :Harga mempunyai pengaruh signifikan langsung terhadap loyalitas penumpang pada pelanggan Citilink di Bandara Internasional Juanda

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis rancangan penelitian kasual komparatif, penelitian kasual komparatif sendiri merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kasual komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data-data yang dikumpulkan setelah terjadinya fakta atau peristiwa. Jadi dalam penelitian ini peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel dependen dan melakukan penyelidikan terhadap variabel independen. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012:115). Yang menjadi populasi dalam populasi ini adalah penumpang maskapai Citilink gate 9 dan 10 di Bandara Internasional Juanda Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *probability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan *simple random sampling* yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Teknik Pengumpulan Data

Dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan pendekatan secara langsung kepada penumpang Citilink pada ruang tunggu gate 9 dan 10 di Bandara Internasional Juanda Surabaya yang telah memenuhi kriteria sebagai responden untuk memberikan penyampaian daftar isian berupa kuisioner.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Kualitas Layanan (K_L)

Kualitas Layanan dapat diartikan kualitas layanan adalah untuk dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sesuai dengan persepsi pelanggan yang diharapkan. Adapun indikator kualitas layanan sebagai berikut:

1. Bukti fisik pesawat
2. Penampilan karyawan
3. Akurat
4. Terpercaya
5. Responsive
6. Penanganan bagasi
7. Menumbuhkan rasa percaya para penumpang
8. Reputasi kenyamanan penerbangan
9. Memahami keinginan penumpang
10. Mengutamakan kepentingan penumpang

Harga (H_R)

Harga adalah nilai atau manfaat dari sebuah barang atau jasa yang dapat ditukarkan dengan sejumlah uang sesuai dengan biaya-biaya untuk proses dalam barang atau jasa tersebut. Adapun indikator harga menurut menurut Kotler dan Armstrong (2001) dalam Riadi (2013) sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diberikan
2. Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diterima
3. Kesesuaian harga dengan fasilitas

Variabel Dependen

Loyalitas Penumpang (L_P)

Loyalitas adalah perilaku konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang menimbulkan kesetiaan terhadap produk tersebut sehingga melakukan pembelian secara berulang-ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Adapun indikator loyalitas penumpang menurut Tjiptono (2006) dalam Riadi (2013) sebagai berikut:

1. Penggunaan ulang layanan
2. Tertanamnya secara positif layanan di benak pelanggan
3. Selalu menjadi pilihan utama bagi pelanggan

Variabel Intervening Kepuasan Penumpang (K_P)

Dapat didefinisikan perbandingan antara harapan dan kenyataan konsumen telah sesuai dengan apa yang diterima. Jadi kepuasan pelanggan dapat terjadi ketika kenyataan yang diharapkan sama atau bahkan lebih. Adapun indikator kepuasan penumpang menurut Surjandari dan Susetiana (2009) dalam Seffy (2010) sebagai berikut:

1. Kepuasan keseluruhan
2. Pemenuhan harapan
3. Membandingkan dengan ideal

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:206) kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:455) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013: 47). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Repeat measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan disodori pernyataan yang sama pada waktu yang berbeda dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b. *One shot* atau sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α).

Uji Goodness Of Fit (Uji Kelayakan Model)

Uji F

Uji kelayakan model ini dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Secara statistik, setidaknya dapat diukur dari nilai F dan nilai koefisien determinasi (Ghozali, 2011: 97). Yaitu:

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% dan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipegunakan untuk analisis berikutnya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:95) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memenangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ghozali (2013: 154-158) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic.

a. Analisis Grafik

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji statistik

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual berdistribusi tidak normal

Data dianggap normal apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir (Ghozali, 2013: 103). Maka tidak adanya multikolinieritas dapat diketahui jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

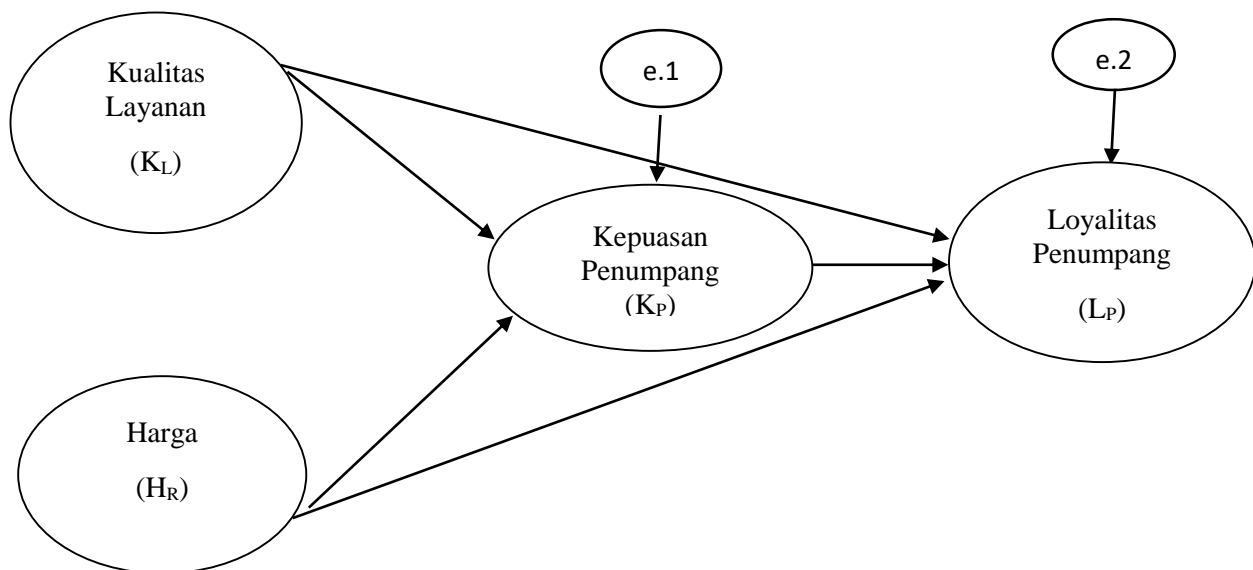
Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013: 134) uji hesterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2014:2) model *path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Model *path analysis* yang dibicarakan adalah pola hubungan sebab akibat atau "a set of hypothesized causal asymmetric relation among the variable". Model analisis jalur dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2
Diagram Jalur

Berdasarkan Gambar 2 diagram jalur, struktur model dalam penelitian ini dapat terbagi menjadi 2 (dua) persamaan substruktural dan keterangan dari variabel mediasi yaitu:

1. Model Persamaan 1 $K_P = p_{1.1}(K_L) + p_{1.2}(H_R) + e_1$
2. Model Persamaan 2 $L_P = p_{2.1}(K_L) + p_{2.2}(H_R) + p_{2.3}(K_P) + e_2$

Keterangan:

- e_{1,2} = Koefisien pengaruh variabel lain
p_{1.1} ... p_{n.n} = Koefisien jalur (koefisien regresi yang distandarkan)
K_P = Kepuasan Penumpang
L_P = Loyalitas Penumpang
K_L = Kualitas Layanan
H_R = Harga

3. Ketentuan Mediasi

- a. Mediasi : dapat dinyatakan memediasi jika variabel independen berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap variabel dependen melalui variabel intervening dan variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap variabel dependen.
- b. Tidak Memediasi : dapat dinyatakan tidak memediasi jika variabel independen berpengaruh tidak signifikan secara tidak langsung terhadap variabel dependen

melalui variabel intervening dan variabel independen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap variabel dependen.

- c. Mediasi Semu : dapat dinyatakan mediasi semu jika variabel independen berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap variabel dependen melalui variabel intervening dan variabel independen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap variabel dependen.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2007: 315). Hipotesis statistik yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Ha: Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Untuk memutuskan apakah Ho diterima atau ditolak, maka ditetapkan alpha (tingkat signifikansi) sebesar 5% sehingga keputusan untuk Ho ditolak jika nilai sig. <0.05 untuk koefisien tiap variabel dan keputusan untuk Ho diterima jika nilai sig. >0.05. jika semua koefisien regresi setelah diuji ternyata semua signifikan, maka diagram yang dihipotesiskan dapat diterima, tetapi jika salah satu tidak signifikan maka diagram jalur atau model hubungan antar variabel yang telah dirumuskan ditolak (Sugiyono, 2007: 308).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun responden dalam penelitian memiliki kriteria sebagai berikut responden yang mengisi kuesioner adalah penumpang Citilink yang turun atau naik penerbangan melalui gate 9 dan 10 di Bandara Internasional Juanda.

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persen
Pria	51	51 %
Wanita	49	49 %
Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2017

Pada Tabel 1 dapat diketahui jumlah responden laki-laki sebanyak 51 orang dan responden perempuan sebanyak 49 orang. Hal ini dapat dipresentasikan bahwa responden laki-laki memiliki presentasi sebesar 51% sedangkan responden perempuan sebesar 49%.

Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden yang melakukan penggunaan jasa penerbangan Citilink di Bandara Internasional Juanda Surabaya berkaitan dengan usia mereka dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2
Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah (orang)	Persen
17-24 thn	19	19%
25-34 thn	37	37 %
35-40 thn	26	26 %
>40 thn	18	18%
Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2017

Pada Tabel 2 dapat dideskripsikan bahwa responden yang berusia 17-24 tahun berjumlah 19 orang, pada usia 25-34 tahun jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 37 orang. Pada usia 35-40 tahun jumlah responden sebanyak 26 orang, dan responden yang lebih dari 40 tahun sebesar 18 orang.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden yang melakukan penggunaan jasa penerbangan maskapai Citilink di Bandara Internasional Juanda Surabaya berkaitan dengan pekerjaan mereka dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persen
PNS/TNI/POLRI/BUMN	18	18%
Swasta	29	29%
Wiraswasta	18	18%
Mahasiswa	11	11%
Pelajar	8	8%
Lainnya	16	16%
Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa jumlah frekuensi terbanyak adalah responden yang sebagai swasta yakni 29 responden dengan persentase sebesar 29%, Kemudian diikuti oleh pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI/BUMN dan wiraswasta sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar 18%, terbanyak ketiga adalah responden dengan pekerjaan lainnya yakni 16 responden dengan persentase sebesar 16%. Sedangkan sisanya dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 11 responden dengan persentase sebesar 11% dan pelajar sebanyak 8 responden dengan presentase 8%.

Uji Instrumen Uji Validitas

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas layanan	K _{L.1}	0,620	0,197	Valid
	K _{L.2}	0,720		Valid
	K _{L.3}	0,686		Valid
	K _{L.4}	0,602		Valid
	K _{L.5}	0,666		Valid
	K _{L.6}	0,618		Valid
	K _{L.7}	0,682		Valid
	K _{L.8}	0,776		Valid
	K _{L.9}	0,742		Valid
	K _{L.10}	0,740		Valid
Harga	H _{R.1}	0,831		Valid
	H _{R.2}	0,855		Valid
	H _{R.3}	0,811		Valid
Kepuasan penumpang	K _{P.1}	0,841		Valid
	K _{P.2}	0,836		Valid
	K _{P.3}	0,827		Valid
Loyalitas penumpang	L _{P.1}	0,855		Valid
	L _{P.2}	0,866		Valid
	L _{P.3}	0,824		Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan mengenai keseluruhan variabel yang berjumlah 19 item, mempunyai nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,913	19

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil uji tersebut terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,932 lebih besar dari 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel tersebut seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit*)

Uji F

Hasil uji F untuk model regresi 1 dan 2 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji F Model 1
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sign.
1	Regression	19.730	2	9.865	59.321	.000 ^a
	Residual	16.131	97	.166		
	Total	35.861	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil output analisa SPSS Tabel 6 didapat tingkat signifikansi uji F model 1 = $0,000 < 0,05$ (*level of significant*), yang menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan penumpang ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat kualitas layanan dan harga yang diberikan oleh maskapai penerbangan tersebut.

Tabel 7
Hasil Uji F Model 2
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sign.
1	Regression	21.315	3	7.105	33.523	.000 ^a
	Residual	20.347	96	.212		
	Total	41.662	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan penumpang, Harga, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil output analisa SPSS Tabel 7 didapat tingkat signifikansi uji F model 2 = $0,000 < 0,05$ (*level of significant*), yang menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan, harga dan kepuasan penumpang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat loyalitas penumpang ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat kualitas layanan dan harga yang diberikan oleh maskapai penerbangan serta kepuasan penumpang tersebut.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil pengujian koefisien determinasi untuk model regresi 1 dan 2 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Koefisien Determinasi Model 1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.541	.40780

a. Predictor: (Constant) Kualitas layanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 8 diketahui R square (R²) untuk model regresi 1 sebesar 0,550 atau 55% yang menunjukkan bahwa 55% perubahan variabel kepuasan penumpang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan harga, sedangkan sisanya 45% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model.

Tabel 9
Koefisien Determinasi Model 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.512	.496	.46038

a. *Predictor (Constant)*: Kepuasan penumpang, Kualitas layanan, Harga

b. *Dependent Variable*: Loyalitas penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 9 diketahui R square (R^2) untuk model regresi 2 sebesar 0,512 atau 51,2% yang menunjukkan bahwa 51,2% perubahan variabel loyalitas penumpang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga dan kepuasan penumpang sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model.

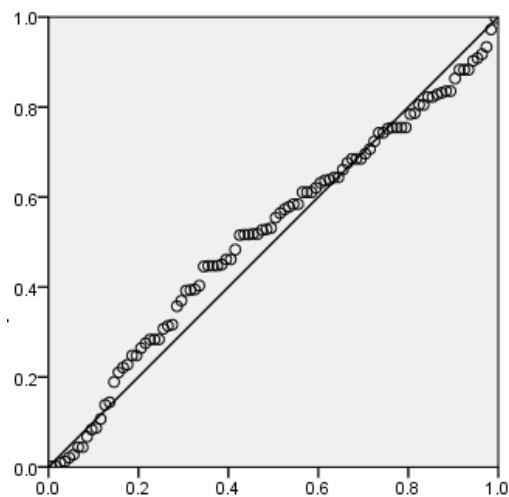
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 16.0. diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut :

a. Analisis Grafik

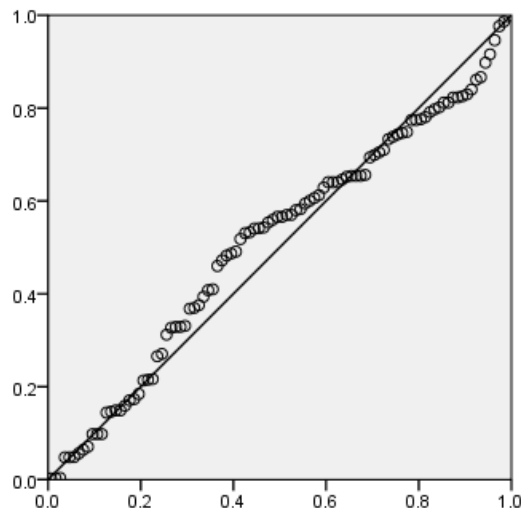
Grafik normalitas disajikan dalam gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 3

Grafik P-Plot Uji Normalitas Data Model 1



Sumber: Data primer diolah, 2017
Gambar 4
Grafik P-Plot Uji Normalitas Data Model 2

Dari Gambar 3 dan 4 dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal pada titik 0 antara pertemuan sumbu X (*observed cum prob*) dan sumbu Y (*expected cum prob*). Hal ini menunjukkan data berdistribusi normal dan layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji statistik

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_A: Data residual berdistribusi tidak normal

Data dianggap normal apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas Model 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	0,40365727
	<i>Absolute</i>	0,105
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	0,062
	<i>Negative</i>	-0,105
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1,051
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,219

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 10 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,219 > 0,050, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data pada model 1 tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 11
Hasil Uji Normalitas Model 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0,45334956
	Absolute	0,111
Most Extreme Differences	Positive	0,077
	Negative	-0,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,171

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 11 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,171 > 0,050, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data dari model 2 tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik melalui pendekatan *kolmogorov smirnov* maupun pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolenieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 16.0. diperoleh hasil :

Tabel 12
Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas layanan	1,148	0,871	Bebas multikolinieritas
Harga	1,148	0,871	Bebas multikolinieritas

a. Dependent Variable: Kepuasan penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 13
Hasil Uji Multikolinieritas Model 2

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas layanan	2,013	0,497	Bebas multikolinieritas
Harga	1,272	0,786	Bebas multikolinieritas
Kepuasan penumpang	2,223	0,450	Bebas multikolinieritas

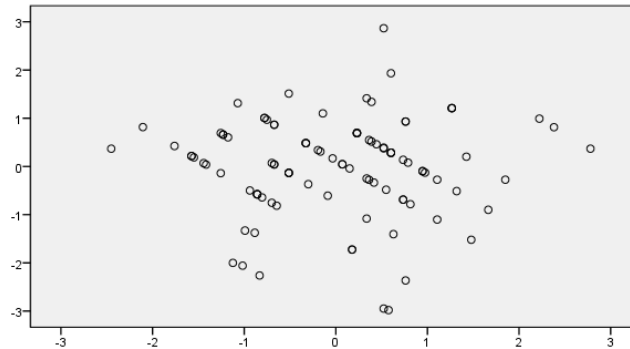
a. Dependent Variabel: Loyalitas penumpang

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 12 dan Tabel 13 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *variance influence factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10 dan nilai angka *tolerance* juga mendekati 1 sehingga sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

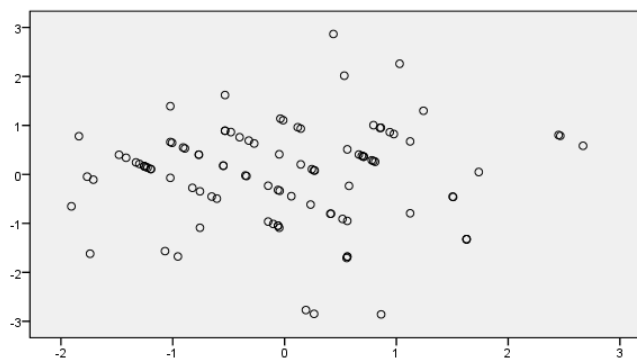
Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *Scatterplot* dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 16.0. diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut :



Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 5

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Model 1



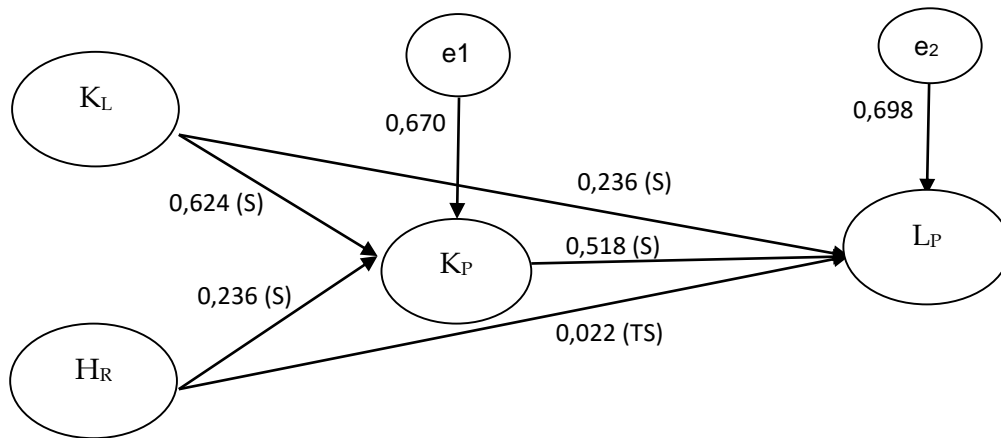
Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 6

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Model 2

Dari gambar 5 dan 6 diatas terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola yang jelas, tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan herteroskesdastisitas pada model 1 dan model 2.

Analisis Jalur (Path Analysis)



Gambar 7
 Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 7 menunjukkan besaran nilai koefisien jalur untuk masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh variabel lain terhadap variabel kepuasan penumpang (K_P) diperoleh dari $\sqrt{1 - 0,512} = 0,670$ sedangkan nilai besarnya pengaruh variabel lain terhadap variabel loyalitas penumpang (L_P) diperoleh dari $\sqrt{1 - 0,550} = 0,698$. Dengan demikian, persamaan sub-struktur untuk diagram jalur diatas dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$K_P = 0,624K_L + 0,236H_R + 0,670e_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$L_P = 0,236K_L + 0,022H_R + 0,0518K_P + 0,698e_2 \dots\dots\dots (2)$$

Uji Hipotesis Penelitian

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan *estimate* pada *standardized coefficient* dan *p-value* untuk masing-masing koefisien yang dapat dilihat pada Tabel:

Tabel 14
 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan Variabel	Standardized Coefficient	Sig-value	*Sig. Kritis	Putusan*
1	$K_L \rightarrow K_P$	0,624	0,000	0,05	Signifikan
2	$H_R \rightarrow K_P$	0,236	0,002	0,05	Signifikan
3	$K_P \rightarrow L_P$	0,518	0,000	0,05	Signifikan
6	$K_L \rightarrow L_P$	0,236	0,022	0,05	Signifikan
7	$H_R \rightarrow L_P$	0,022	0,785	0,05	Tidak Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2017
 Keterangan: *Signifikansi pada $\alpha = 5\%$.

Hasil pengujian hipotesis penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 14 dapat dijelaskan secara runtut sebagai berikut:

- a. Pengujian Hipotesis 1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang.
 Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh K_L terhadap K_P menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar

0,624 dan *Sig-value* sebesar 0,000. Oleh karena, *Sig-value* (0,000) < *sig. tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang terbukti signifikan. Dengan demikian H_a yang diajukan, "kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang" mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif.

- b. Pengujian Hipotesis 2: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan penumpang.
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian Tabel pada 14, pengaruh H_R terhadap K_P menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,236 dan *Sig-value* sebesar 0,002. Oleh karena, *Sig-value* (0,002) > *sig. tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, pengaruh harga terhadap kepuasan penumpang terbukti signifikan. Dengan demikian H_a yang diajukan, "harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang" mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif.
- c. Pengujian Hipotesis 3: Terdapat pengaruh kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang.
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh K_P terhadap L_P menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,518 dan *Sig-value* sebesar 0,000. Oleh karena, *p-value* (0,000) < *sig. tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, pengaruh kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang terbukti signifikan. Dengan demikian H_a yang diajukan, "kepuasan penumpang mempunyai pengaruh terhadap loyalitas penumpang" mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif.
- d. Pengujian Hipotesis 4: Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang.
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian Tabel 14, variabel K_L berpengaruh positif terhadap K_P dan K_P berpengaruh positif terhadap L_P . Dengan demikian, variabel K_P memediasi pengaruh K_L terhadap L_P . Untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung, maka dilakukan perkalian antara koefisien variabel K_L terhadap K_P dan pengaruh K_P terhadap L_P yaitu $0,624 \times 0,518 = 0,323$. Nilai hasil perkalian tersebut lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung K_L terhadap L_P sebesar 0,236. Total pengaruh yaitu $0,323 + 0,236 = 0,559$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sebenarnya adalah pengaruh tidak langsung K_L terhadap L_P melalui K_P .
- e. Pengujian Hipotesis 5: Terdapat pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang.
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian Tabel 14, variabel H_R berpengaruh positif terhadap K_P dan K_P berpengaruh positif terhadap L_P . Dengan demikian, variabel K_P memediasi pengaruh H_R terhadap L_P . Untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung, maka dilakukan perkalian antara koefisien variabel H_R terhadap K_P dan pengaruh K_P terhadap L_P yaitu $0,236 \times 0,518 = 0,122$. Sedangkan H_R tidak berpengaruh langsung terhadap L_P . Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sebenarnya adalah pengaruh tidak langsung H_R terhadap L_P melalui K_P .
- f. Pengujian Hipotesis 6: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang.
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh K_L terhadap L_P menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,236 dan *Sig-value* sebesar 0,022. Oleh karena, *p-value* (0,022) < *sig. tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang terbukti signifikan. Dengan demikian H_a yang diajukan, "kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas penumpang" mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif.

- g. Pengujian Hipotesis 7: Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas penumpang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh H_R terhadap L_P menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,022 dan *Sig-value* sebesar 0,785. Oleh karena, *Sig-value* (0,785) > *sig. tolerance* (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, pengaruh harga terhadap loyalitas penumpang tidak terbukti signifikan. Dengan demikian H_a yang diajukan, “harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas penumpang” tidak terbukti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penumpang

Variabel kualitas layanan (K_L) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang (K_P). Hasil ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink maka akan semakin meningkatkan kepuasan penumpang. Kepuasan penumpang adalah untuk dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sesuai dengan persepsi pelanggan yang diharapkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mahendrayani (2016) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan diukur dengan menggunakan lima indikator yaitu *tangible, reability, responsiveness, asurance, dan empathy*. Dalam melayani para konsumennya layanan yang memebrikan kepuasan, salah satunya ketika konsumen ragu dalam menentukan berbagai jenis maskapai penerbangan yang mana diinginkan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang

Variabel harga (H_R) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan penumpang (K_P). Hasil ini menunjukkan jika harga yang ditawarkan semakin sesuai maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan penumpang. Kepuasan penumpang adalah untuk dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sesuai dengan persepsi pelanggan yang diharapkan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Atmaja (2011) yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Setyawan (2016) bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Pengaruh Kepuasan Penumpang terhadap Loyalitas Penumpang

Variabel kepuasan penumpang (K_P) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang (L_P). Hasil penelitian ini membuktikan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan penumpang ketika menggunakan jasa maskapai Citilink maka akan meningkatkan rasa loyalitas penumpang maskapai Citilink.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Subagio dan Saputra (2012) yang menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Karena persaingan yang semakin ketat diantara penyedia jasa penerbangan menyebabkan konsumen mempunyai banyak pilihan dalam memilih penyedia jasa tersebut dimana konsumen lebih memperhatikan kepuasan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas layanan

berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang sedangkan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Dengan demikian, dapat dinyatakan mediasi semua karena kualitas layanan berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dapat diukur melalui beberapa indikator dan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang dari segi kualitas layanan yang diberikan sehingga secara tidak langsung dapat menimbulkan rasa loyalitas penumpang terhadap maskapai penerbangan Citilink.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Penumpang melalui Kepuasan Penumpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara tidak langsung harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang sedangkan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Dengan demikian, dapat dinyatakan memediasi karena harga berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang dan harga tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang.

Hasil ini mencerminkan semakin baik kesesuaian harga yang ditawarkan maskapai Citilink maka akan meningkatkan kepuasan penumpang yang secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas penumpang.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penumpang

Variabel kualitas layanan (K_L) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang (L_P). Hasil ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai Citilink maka akan semakin meningkatkan loyalitas penumpang. Loyalitas penumpang merupakan perilaku konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang menimbulkan kesetiaan terhadap produk atau jasa tersebut sehingga melakukan pembelian atau penggunaan jasa secara berulang-ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Meitiana (2014) yang menemukan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas layanan maka loyalitas penumpang akan meningkat pula.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Penumpang

Variabel harga (H_R) tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang (L_P). Hasil ini menunjukkan jika harga yang ditawarkan oleh maskapai Citilink maka belum tentu dapat meningkatkan loyalitas penumpang. Hal ini disebabkan karena banyaknya alternatif pilihan maskapai penerbangan di Indonesia yang mempunyai layanan *low cost carrier* dengan harga yang sangat ketat untuk bersaing dan kesesuaian harga dengan jasa yang diberikan sangat baik sehingga penumpang sulit untuk menunjukkan rasa loyalitasnya. Selain itu, jadwal penerbangan yang ditentukan maskapai Citilink belum tentu sesuai dengan jadwal yang diinginkan oleh penumpang sehingga faktor ini juga dapat menambah tidak berpengaruh langsungnya loyalitas penumpang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Atmaja (2011) bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap loyalitas penumpang dan dalam penelitian tersebut harga mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: 1) Hasil

pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang. 2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang. 3) Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. 4) Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang sedangkan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Dengan demikian, dapat dinyatakan mediasi semu karena kualitas layanan berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang. 5) Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara tidak langsung harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang sedangkan kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Dengan demikian, dapat dinyatakan memediasi karena harga berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas penumpang melalui kepuasan penumpang dan harga tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang. 6) Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas. 7) Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut: 1) Bagi pihak perusahaan maskapai Citilink untuk dapat meningkatkan loyalitas penumpang melalui meningkatkan rasa kepuasan penumpang tersebut agar tercipta rasa loyalitas pada penumpang, karena telah terbukti bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. 2) Bagi pihak perusahaan maskapai Citilink untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik dan kesesuaian harga yang ditawarkan lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan penumpang dan secara tidak langsung berdampak pada peningkatan loyalitas penumpang. 3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti kualitas layanan, harga dan kepuasan penumpang. Hal ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk menganalisis faktor-faktor lain diluar model yang dapat meningkatkan loyalitas penumpang pada maskapai Citilink di Bandara Internasional Juanda, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya di luar penelitian ini yang berpotensi mempengaruhi loyalitas penumpang pada maskapai Citilink.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, N. P. C. D. 2011. Pengaruh Kewajaran Harga Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestic Garuda Indonesia di Denpasar. *Tesis*. Program Magister Manajemen Universitas Udayana. Denpasar.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan UNDIP. Semarang.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock C, J. Wirtz dan J. Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Edisi 7. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Edisi. Jakarta.

- Mahendrayani, N.W. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lion Air di Bandara Juanda Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen* 4(3).
- Meitiana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Udara Rute Palangkaraya – Jakarta. *Jurnal Sains Manajemen* 3(1): 2302-1441.
- Riadi, V. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada PT. Merpati Nusantara Airlines Semarang. *Jurnal Ekonomi* 4 (2): 3202-1141.
- Riduwan dan A.E. Kuncoro. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabet. Bandung.
- Seffy, V.T. 2010. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Komplain Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : PT. Garuda Indonesia Palembang). *Thesis*. Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Setyawan,D,I. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Kepuasan Melalui Loyalitas Sebagai Variabel Intervening Pada PT.INDOTROPIC FISHERY. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Subagio, H dan R. Saputra. 2012. Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7(1):42-52.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Swastha, B. 1993. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 1996. *Manajemen Jasa*. Edisi 1. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____ dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____ dan _____. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.