

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Maskapai Penerbangan Lion Air**

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya Lion Air**

Lion Air merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi penerbangan yang terkenal di Indonesia. Lion Air merupakan maskapai pertama di Indonesia yang menggunakan armada jenis Boeing 737-900ER dengan jumlah yang cukup banyak. Sejak mendapatkan izin usaha dari departemen perhubungan pada Oktober 1999, Kirana Brothers yang merupakan pendiri dari perusahaan penerbangan swasta nasional PT. Lion Airlines yang dikenal dengan Lion Air dengan melalui proses yang panjang dan waktu yang lama Lion Air melakukan terbang perdana tepat tanggal 30 Juni 2000 dengan rute Jakarta-Pontianak menggunakan pesawat B737-200. Untuk tanggal 30 Juni ditetapkan sebagai hari kelahiran maskapai penerbangan Lion Air.

Pada tahap awal, Lion Air langsung menggebrak dengan tarif yang terjangkau konsumen, empat bulan kemudian, 7 Oktober 2000 Lion Air membuka rute kedua, Jakarta-Pekanbaru dengan menggunakan pesawat B737-200. Penerbangan pada jalur ini dikoneksikan dengan tujuan Singapura, setelah maskapai penerbangan ini mendapat sertifikat *AOC (Air Operator Certificate)* dari Departemen Perhubungan RI yang mengacu pada *Federal Aviation Administration (FAA)*.

Hingga pertengahan 2005, bersama dengan penerbangan Internasional lainnya, Lion Air menempati terminal 2F Bandara Soekarno-Hatta, sedangkan perusahaan penerbangan lokal atau penerbangan domestik menempati terminal Satu. Faktor tersebut, selain mampu memberikan para penumpang kemudahan penerbangan sambungan ke Indonesia atau dari Indonesia ke tujuan Internasional lainnya, juga memberikan keuntungan lebih dari segi prestise. Tetapi kemudian Lion Air dipindahkan ke terminal 1A dan penerbangan ke Pulau Sumatera, Batam, Pangkalpinang, dan Palangkaraya dioperasikan di terminal 1B (mulai 11 Oktober 2010) hingga saat ini. Sedangkan semua penerbangan internasional Lion Air dilayani dari terminal 2E.

Pada 2005, Lion Air memiliki 24 pesawat penerbangan yang terdiri dari 19 seri McDonnell Douglas MD-82 dan 5 pesawat DHC-8-301. Untuk memenuhi layanan yang rendah biaya, armada Lion Air didominasi oleh MD-80 karena efisiensi dan kenyamanannya. Dalam upaya meremajakan armadanya, Lion Air telah memesan 178 Boeing 737-900ER yang akan diantar bertahap dari 2007 hingga 2014. Lion Air berencana bersaing baik dengan Garuda Indonesia maupun Saudi Arabian Airlines untuk menerbangi rute-rute umroh bahkan haji dengan pesawat Boeing 747-400. 2 (dua) Pesawat Boeing 747-400 sudah masuk dalam armadanya.

Konsep jasa angkutan udara yang ditawarkan Lion Air menarik perhatian public, terutama masyarakat yang belum pernah menggunakan pesawat udara. Karena berpedoman pada profesionalisme dalam hal pelayanan dan tarif yang terjangkau masyarakat konsumen dari berbagai kalangan. Meskipun demikian

maskapai penerbangan Lion Air tetap mengutamakan keselamatan dalam penerbangan, sesuai dengan peraturan penerbangan sipil dan prosedur *International Civil Aviation Organization* (ICAO). (Lionmag:2007)

#### **4.1.2 Visi dan Misi Lion Air**

Maskapai Lion Air mengusung visi untuk menjadikan industry penerbangan memberikan akses luas-luasnya kepada konsumen dari berbagai latar belakang sosial, inilah kemudian menjadikan moto Lion Air ***“We Make Poople Fly”***

##### **a. VISI**

Menjadi perusahaan penerbangan swasta nasional yang melayani penerbangan domestik dan internasional dengan berpedoman kepada prinsip-prinsip keselamatan dan keamanan penerbangan yang telah ditetapkan.

##### **b. MISI**

Menjadi perusahaan penerbangan nasional inovatif, efisien dan professional dalam menjangkau beberapa kota yang ada di Indonesia sehingga akan lebih banyak pengguna yang dapat terbang bersama Lion Air.

Lion Air membuktikan perannya dalam mereformasi dan mengtransformasikan budaya transportasi bangsa Indonesia. Sebab, kehadiran singa terbang ini ini mampu mendongkrak pasar angkutan udara nasional. Jumlah penumpang naik pesat sejak 2001 rata-rata 30% per tahun. Pada tahun ketiga, perusahaan ini membuktikan profesionalismenya sebagai operator penerbangan nasional, karena pada saat itu kinerja maskapai udara ini naik 100% lebih disbanding periode sebelumnya.

Perkembangan bisnis Lion Air yang sangat baik itu menimbulkan berbagai pujian maupun cibiran.

**a. Armada**

Armada Lion Air per April 2014 terdiri dari :

**Tabel 4.1**  
**Jenis Armada**

| <b>Jenis</b>            | <b>Total</b> | <b>Keterangan</b>                    |
|-------------------------|--------------|--------------------------------------|
| 125 Boeing 737-900ER    | 195 unit     | pesanan                              |
| Boeing 737-300          | 2            | Keluar dari armada tahun 2013        |
| 9Boeing 737-400         | 9            | Keluar dari armada tahun 2013        |
| McDonnell Douglas MD-90 | 4            | Keluar dari armada tahun 2013        |
| Boeing 737 Max          | 201          | Dalam pemesanan                      |
| Boeing 737-800          | 12           | (Pengalihan pesanan dari seri -900ER |
| Boeing 737-900ER        | 140          | (166 - 55 + 29 = 140)                |

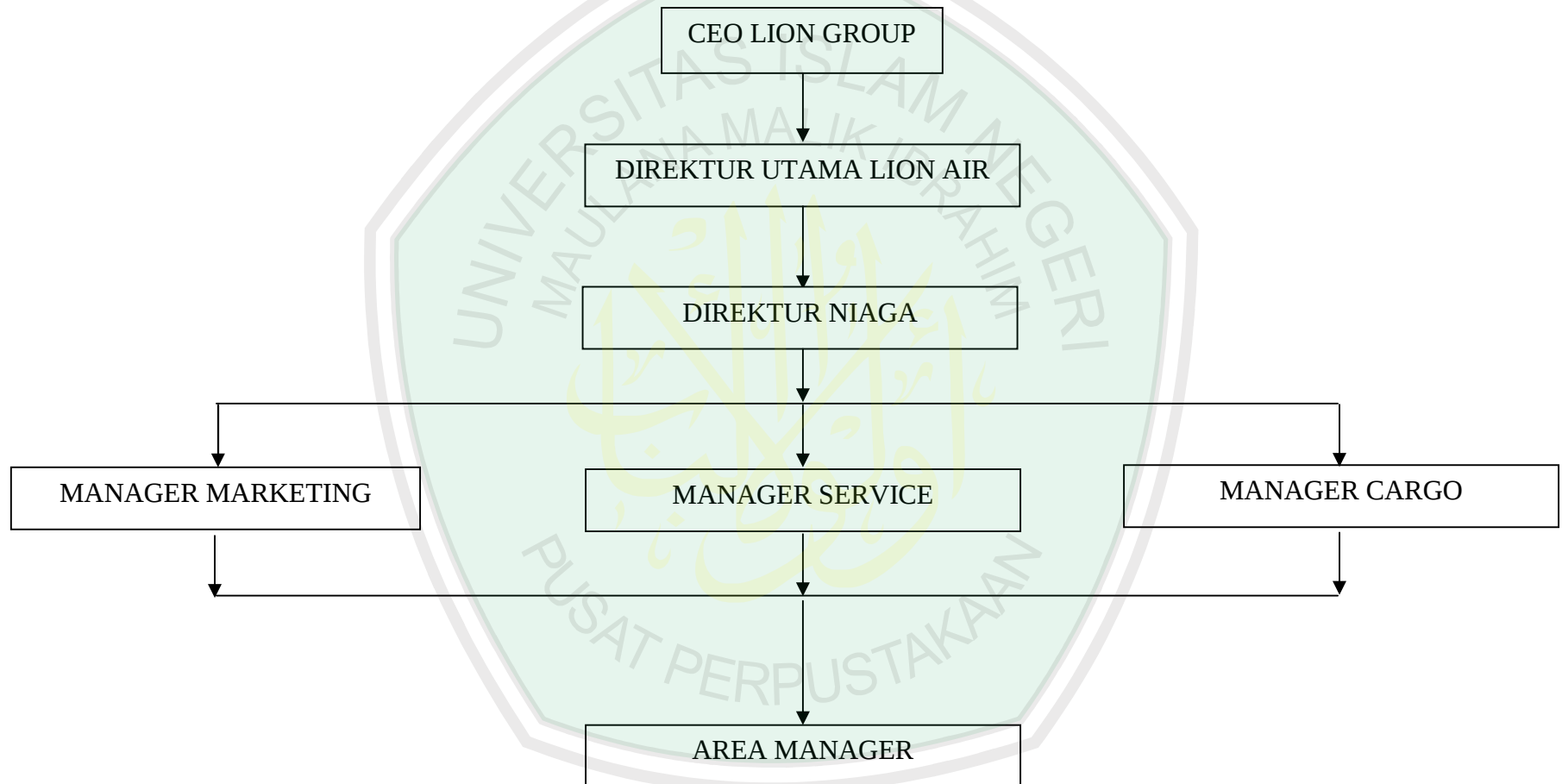
*Sumber data : Lion Air cabang Palu, 2014*

**Tabel 4.2**  
**Jadwal Penerbangan**

| JENIS | KETERANGAN |
|-------|------------|
| JT859 | 06:05      |
| JT781 | 07:10      |
| JT723 | 09:15      |
| JT857 | 11:40      |
| JT853 | 12:15      |
| JT855 | 14:55      |
| JT821 | 21:05      |

*Sumber data : Lion Air cabang Palu, 2014*

## STRUKTUR ORGANISASI LION AIR DIVISI NIAGA



#### 4.1.3 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini digunakan data primer yang bersumber langsung dari pelanggan maskapai Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu.

##### 1. Usia Responden

**Tabel 4.3**  
**Usia**

|                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| < 20 tahun          | 11        | 11,0    | 11,0          | 11,0               |
| 21 - 30 tahun       | 41        | 41,0    | 41,0          | 52,0               |
| 31 - 40 tahun       | 28        | 28,0    | 28,0          | 80,0               |
| Valid 41 - 50 tahun | 13        | 13,0    | 13,0          | 93,0               |
| 51 - 60 tahun       | 6         | 6,0     | 6,0           | 99,0               |
| > 60 tahun          | 1         | 1,0     | 1,0           | 100,0              |
| Total               | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer diolah,2014

Berdasarkan tabel diatas dari 100 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini, 41 % diantaranya berusia Antara 21 hingga 30 tahun. 28 % lainnya berusia Antara 31 hingga 40 tahun. 13 %berusia Antara 41 hingga 50 tahun, 11 % 20 tahun kebawah, 6 % berusia Antara 51 hingga 60 tahun dan hanya 1 % yang berusia lebih dari 60 tahun.

##### 2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil tabulasi data melalui distribusi frukuensi gambaran karakteristik katagori jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Jenis Kelamin**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Pria         | 47        | 47,0    | 47,0          | 47,0               |
| Valid Wanita | 53        | 53,0    | 53,0          | 100,0              |
| Total        | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer diolah,2014

Berdasarkan tabel diatas dari 100 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini, 47 % diantaranya berjenis kelamin pria dan 53 % lainnya berjenis kelamin Wanita.

### 3. Pekerjaan

Pelanggan Lion Air mempunyai beberapa ragam status pekerjaan mulai dari pegawai pemerintahan, mahasiswa/pelajar, ibu rumah tangga dan lain-lain. Tabel 4.5 menunjukkan ragam pekerjaan responden.

**Tabel 4.5**  
**Pekerjaan**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| PNS               | 41        | 41,0    | 41,0          | 41,0               |
| Wiraswasta        | 12        | 12,0    | 12,0          | 53,0               |
| Pelajar/Mahasiswa | 22        | 22,0    | 22,0          | 75,0               |
| Pegawai Swasta    | 15        | 15,0    | 15,0          | 90,0               |
| Ibu Rumah Tangga  | 2         | 2,0     | 2,0           | 92,0               |
| Lain-lain         | 8         | 8,0     | 8,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer diolah,2014

Berdasarkan tabel diatas dari 100 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini, 41 % diantaranya adalah seorang pegawai negeri sipil. 22 % lainnya adalah seorang pelajar/mahasiswa, 15 % adalah pegawai swasta, 12 % adalah wiraswasta, 8 % memiliki pekerjaan yang tidak disebutkan dalam pilihan dan hanya 2 % yang seorang ibu rumah tangga.

### 4. Pendapatan

Tabel 4.6 menunjukkan tentang pendapatan responden

**Tabel 4.6**  
**Pendapatan**

|                             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 500.000 - 1.000.000         | 32        | 32,0    | 32,0          | 32,0               |
| 1.000.000 - 2.500.000       | 37        | 37,0    | 37,0          | 69,0               |
| Valid 2.500.000 - 5.000.000 | 30        | 30,0    | 30,0          | 99,0               |
| di atas 5.000.000           | 1         | 1,0     | 1,0           | 100,0              |
| Total                       | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel diatas dari 100 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini, 37 % diantaranya memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000 hingga Rp 2.500.000. 32 % lainnya memiliki pendapatan antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000. 30 % lainnya memiliki pendapatan Antara Rp 2.500.000 hingga Rp 5.000.000 dan hanya 1% yang memiliki pendapatan di atas Rp 5.000.000

#### **4.1.4 Hasil Uji Instrumen**

##### **a. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur.

Perhitungan validitas dan reliabilitas instrument item masing-masing variabel penelitian menggunakan program SPSS versi 16.0 *for windows*.

Valid tidaknya suatu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan probabilitas hasil korelasi dengan taraf nyata 5%. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas**

| Varibel                               | Item | $r_{hitung}$ | Sig.  | Keterangan |
|---------------------------------------|------|--------------|-------|------------|
| <i>Tangible (X<sub>1</sub>)</i>       | X1.1 | 0,756        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.2 | 0,599        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.3 | 0,557        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.4 | 0,593        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.5 | 0,611        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.6 | 0,683        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X1.7 | 0,570        | 0,000 | Valid      |
| <i>Reliability (X<sub>2</sub>)</i>    | X2.1 | 0,760        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X2.2 | 0,813        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X2.3 | 0,799        | 0,000 | Valid      |
| <i>Responsiveness (X<sub>3</sub>)</i> | X3.1 | 0,837        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X3.2 | 0,835        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X3.3 | 0,749        | 0,000 | Valid      |
| <i>Assurance (X<sub>4</sub>)</i>      | X4.1 | 0,782        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X4.2 | 0,825        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X4.3 | 0,796        | 0,000 | Valid      |
| <i>Empathy (X<sub>5</sub>)</i>        | X5.1 | 0,828        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X5.2 | 0,620        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X5.3 | 0,884        | 0,000 | Valid      |
|                                       | X5.4 | 0,896        | 0,000 | Valid      |
| Kepuasan pelanggan (Y)                | Y1   | 0,790        | 0,000 | Valid      |
|                                       | Y2   | 0,787        | 0,000 | Valid      |
|                                       | Y3   | 0,738        | 0,000 | Valid      |
|                                       | Y4   | 0,823        | 0,000 | Valid      |

Sumber: Data yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan untuk variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> dan Y memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 sehingga dapat dikatakan semua item pertanyaan untuk variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> dan Y telah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Instrumen dapat dikatakan andal (reliable) bila memiliki koefisien responsivitas reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan *Alpha Cronbach*. Bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya dinyatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel ditunjukkan tabel di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas**

| Varibel                               | Alpha Cronbach | Keterangan |
|---------------------------------------|----------------|------------|
| <i>Tangible (X<sub>1</sub>)</i>       | 0,730          | Reliable   |
| <i>Reliability (X<sub>2</sub>)</i>    | 0,699          | Reliable   |
| <i>Responsiveness (X<sub>3</sub>)</i> | 0,730          | Reliable   |
| <i>Assurance (X<sub>4</sub>)</i>      | 0,719          | Reliable   |
| <i>Empathy (X<sub>5</sub>)</i>        | 0,829          | Reliable   |
| Kepuasan pelanggan (Y)                | 0,789          | Reliable   |

Sumber :data yang diolah,2014

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat dihandalkan sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya.

### 4.1.5 Deskripsi Variabel

#### a. Variabel Independent

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel dimana masing-masing variabel tersebut diwakili oleh beberapa item pernyataan yang diturunkan dari indicator, lima

Variabel tersebut yaitu *tangible* ( $x_1$ ) terdiri dari 7 item pernyataan, *reliability* ( $x_2$ ) terdiri dari 3 item pernyataan, *responsiveness* ( $x_3$ ) terdiri dari 3 item pernyataan, *assurance* ( $x_4$ ) terdiri dari 3 item pernyataan dan *empathy* ( $x_5$ ) terdiri dari 4 item pernyataan.

1. *Tangible*/ Bukti fisik ( $X_1$ )

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X1.1**

|                          | Frequency  | Percent      | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| <b>Sangat tidak puas</b> | <b>1</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,0</b>    | <b>1,0</b>         |
| <b>Tidak puas</b>        | <b>6</b>   | <b>6,0</b>   | <b>6,0</b>    | <b>7,0</b>         |
| <b>Cukup puas</b>        | <b>32</b>  | <b>32,0</b>  | <b>32,0</b>   | <b>39,0</b>        |
| <b>Puas</b>              | <b>47</b>  | <b>47,0</b>  | <b>47,0</b>   | <b>86,0</b>        |
| <b>Sangat puas</b>       | <b>14</b>  | <b>14,0</b>  | <b>14,0</b>   | <b>100,0</b>       |
| <b>Total</b>             | <b>100</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>  |                    |

Sumber : data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kenyamanan kabin pesawat” menunjukkan sebanyak 14% menjawab sangat puas, 47% menjawab puas, 32% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X1.2**

|                          | Frequency  | Percent      | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| <b>Sangat tidak puas</b> | <b>1</b>   | <b>1,0</b>   | <b>1,0</b>    | <b>1,0</b>         |
| <b>Tidak puas</b>        | <b>6</b>   | <b>6,0</b>   | <b>6,0</b>    | <b>7,0</b>         |
| <b>Cukup puas</b>        | <b>24</b>  | <b>24,0</b>  | <b>24,0</b>   | <b>31,0</b>        |
| <b>Puas</b>              | <b>60</b>  | <b>60,0</b>  | <b>60,0</b>   | <b>91,0</b>        |
| <b>Sangat puas</b>       | <b>9</b>   | <b>9,0</b>   | <b>9,0</b>    | <b>100,0</b>       |
| <b>Total</b>             | <b>100</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>  |                    |

Sumber : data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Fasilitas keamanan di pesawat” menunjukkan sebanyak 9% menjawab sangat puas, 60%

menjawab puas, 24% menjawab cukup puas. Sedangkan yang menjawab tidak puas sebanyak 6% dan 1% menjawab sangat tidak puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan XI.3**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak puas  | 4         | 4,0     | 4,0           | 4,0                |
| Cukup puas  | 28        | 28,0    | 28,0          | 32,0               |
| Valid Puas  | 40        | 40,0    | 40,0          | 72,0               |
| Sangat puas | 28        | 28,0    | 28,0          | 100,0              |
| Total       | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Penampilan pengawai/ pramugari” menunjukkan sebanyak 28% menjawab sangat puas, 40% menjawab puas, 28% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan XI.4**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak puas  | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
| Cukup puas  | 45        | 45,0    | 45,0          | 51,0               |
| Valid Puas  | 39        | 39,0    | 39,0          | 90,0               |
| Sangat puas | 10        | 10,0    | 10,0          | 100,0              |
| Total       | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ketersediaan toilet” menunjukkan sebanyak 10% menjawab sangat puas, 39% menjawab puas, 45% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan XI.5**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 38        | 38,0    | 38,0          | 38,0               |
| Tidak puas              | 28        | 28,0    | 28,0          | 66,0               |
| Cukup puas              | 17        | 17,0    | 17,0          | 83,0               |
| Puas                    | 15        | 15,0    | 15,0          | 98,0               |
| Sangat puas             | 2         | 2,0     | 2,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ketersediaan konsumsi selama penerbangan” menunjukkan sebanyak 2% menjawab sangat puas, 15% menjawab puas, 17% menjawab cukup puas, 28% menjawab tidak puas, 38% menjawab sangat tidak puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan tidak puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.14**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan XI.6**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas              | 15        | 15,0    | 15,0          | 17,0               |
| Cukup puas              | 46        | 46,0    | 46,0          | 63,0               |
| Puas                    | 30        | 30,0    | 30,0          | 93,0               |
| Sangat puas             | 7         | 7,0     | 7,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kenyamanan seat penumpang” menunjukkan sebanyak 7% menjawab sangat puas, 30% menjawab puas, 46% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.15**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan XI.7**

|       |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak puas  | 4         | 4,0     | 4,0           | 4,0                |
|       | Cukup puas  | 44        | 44,0    | 44,0          | 48,0               |
|       | Puas        | 44        | 44,0    | 44,0          | 92,0               |
|       | Sangat puas | 8         | 8,0     | 8,0           | 100,0              |
|       | Total       | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Interior kabin pesawat” menunjukkan sebanyak 8% menjawab sangat puas, 44% menjawab puas, 44% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

## 2. *Reliability*/ Keandalan (X2)

Berdasarkan kuesioner yang telah divalidasi dan disebarkan kepada responden dalam mengukur kualitas pelayanan maka pada variabel *Reliability* terdapat 3 item pernyataan yaitu : ketepatan maskapai dalam waktu penerbangan (X<sub>2.1</sub>), kesungguhan proses pelayanan selama di pesawat (X<sub>2.2</sub>), dan kesungguhan proses layanan pembelian tiket (X<sub>2.3</sub>).

**Tabel 4.16**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X2.1**

|       |                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat tidak puas | 12        | 12,0    | 12,0          | 12,0               |
|       | Tidak puas        | 29        | 29,0    | 29,0          | 41,0               |
|       | Cukup puas        | 38        | 38,0    | 38,0          | 79,0               |
|       | Puas              | 21        | 21,0    | 21,0          | 100,0              |
|       | Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ketepatan maskapai dalam waktu penerbangan” menunjukkan, 21% menjawab puas, 38%

menjawab cukup puas. 29% menjawab tidak puas dan 12% menjawab sangat tidak puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.17**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X2.2**

|       |                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat tidak puas | 4         | 4,0     | 4,0           | 4,0                |
|       | Tidak puas        | 13        | 13,0    | 13,0          | 17,0               |
|       | Cukup puas        | 41        | 41,0    | 41,0          | 58,0               |
|       | Puas              | 36        | 36,0    | 36,0          | 94,0               |
|       | Sangat puas       | 6         | 6,0     | 6,0           | 100,0              |
|       | Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kesungguhan proses pelayanan selama di pesawat” menunjukkan sebanyak 6% menjawab sangat puas, 36% menjawab puas, 41% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.18**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X2.3**

|       |                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat tidak puas | 4         | 4,0     | 4,0           | 4,0                |
|       | Tidak puas        | 9         | 9,0     | 9,0           | 13,0               |
|       | Cukup puas        | 41        | 41,0    | 41,0          | 54,0               |
|       | Puas              | 38        | 38,0    | 38,0          | 92,0               |
|       | Sangat puas       | 8         | 8,0     | 8,0           | 100,0              |
|       | Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kesungguhan proses layanan pembelian tiket” menunjukkan sebanyak 8% menjawab sangat puas, 38% menjawab puas, 41% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

### 3. *Responsiviness*/ Daya Tanggap ( $X_3$ )

Variabel *Responsiviness* ( $X_3$ )terdapat 3 item pernyataan untuk mengukur faktor apa saja yang memberikan kepuasan terhadap pelanggan Lion Air di Bandar Udara Mutiatra SIS Al-Jufri Palu yaitu : ketanggapan petugas Lion Air di Bandar udara dalam menangani masalah ( $X_{3.1}$ ), ketanggapan pramugari dalam membantu penumpang selama penerbangan ( $X_{3.2}$ ), dan adanya petugas yang menjawab pertanyaan pelanggan ( $X_{3.3}$ ).

**Tabel 4.19**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan X3.1**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 8         | 8,0     | 8,0           | 8,0                |
| Tidak puas              | 15        | 15,0    | 15,0          | 23,0               |
| Cukup puas              | 35        | 35,0    | 35,0          | 58,0               |
| Puas                    | 36        | 36,0    | 36,0          | 94,0               |
| Sangat puas             | 6         | 6,0     | 6,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ketanggapan petugas Lion Air di bandara dalam menagani masalah” menunjukkan sebanyak 6% menjawab sangat puas, 36% menjawab puas, 35% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.20**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X3.2**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas              | 7         | 7,0     | 7,0           | 9,0                |
| Cukup puas              | 37        | 37,0    | 37,0          | 46,0               |
| Puas                    | 41        | 41,0    | 41,0          | 87,0               |
| Sangat puas             | 13        | 13,0    | 13,0          | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ketanggapan pramugari dalam membantu penumpang selama penerbangan” menunjukkan sebanyak 13% menjawab sangat puas, 41% menjawab puas, 37% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.21**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X3.3**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat tidak puas | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| Tidak puas        | 8         | 8,0     | 8,0           | 9,0                |
| Cukup puas        | 44        | 44,0    | 44,0          | 53,0               |
| Puas              | 40        | 40,0    | 40,0          | 93,0               |
| Sangat puas       | 7         | 7,0     | 7,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Adanya petugas menjawab pertanyaan konsumen” menunjukkan sebanyak 7% menjawab sangat puas, 40% menjawab puas, 44% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

#### 4. Assurance/ Jaminan ( $X_4$ )

Variabel *assurance* ( $X_4$ ) terdapat 3 item pernyataan untuk mengukur factor apa saja yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan Lion Air. Yaitu: pengetahuan dan kesopanan petugas Lion Air ( $X_{4.1}$ ), kemampuan petugas Lion Air menunjukkan keunggulan maskapai ( $X_{4.2}$ ), fasilitas keamanan Lion Air menunjukkan keunggulan ( $X_{4.3}$ ).

**Tabel 4.22**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X4.1**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| Tidak puas              | 5         | 5,0     | 5,0           | 6,0                |
| Cukup puas              | 41        | 41,0    | 41,0          | 47,0               |
| Puas                    | 34        | 34,0    | 34,0          | 81,0               |
| Sangat puas             | 19        | 19,0    | 19,0          | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Pengetahuan dan kesopanan petugas Lion Air” menunjukkan sebanyak 19% menjawab sangat puas, 34% menjawab puas, 41% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.23**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X4.2**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas              | 11        | 11,0    | 11,0          | 13,0               |
| Cukup puas              | 43        | 43,0    | 43,0          | 56,0               |
| Puas                    | 36        | 36,0    | 36,0          | 92,0               |
| Sangat puas             | 8         | 8,0     | 8,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kemampuan petugas Lion Air menunjukkan keunggulan maskapai” menunjukkan sebanyak 8% menjawab sangat puas 36% menjawab puas,43% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.24**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X4.3**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 6         | 6,0     | 6,0           | 6,0                |
| Tidak puas              | 15        | 15,0    | 15,0          | 21,0               |
| Cukup puas              | 43        | 43,0    | 43,0          | 64,0               |
| Puas                    | 31        | 31,0    | 31,0          | 95,0               |
| Sangat puas             | 5         | 5,0     | 5,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Fasilitas keamanan Lion Air dapat diandalkan” menunjukkan sebanyak 5% menjawab sangat puas 31% menjawab puas,43% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

#### 5. *Empathy/ Empati* (X<sub>5</sub>)

Variabel *empathy* (x<sub>5</sub>) terdapat 4 item pernyataan untuk mengukur faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan Lion Air, yaitu: kompensasi keterlambatan penerbangan (X<sub>5.1</sub>), pelayanan khusus pada penumpang berisiko X<sub>5.2</sub> (ibu hamil, orang sakit, bayi, lansia), ganti rugi atas kelalaian pihak Lion Air (X<sub>5.4</sub>), pelayanan pada keluhan penumpang (X<sub>5.5</sub>).

**Tabel 4.25**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X5.1**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 18        | 18,0    | 18,0          | 18,0               |
| Tidak puas              | 26        | 26,0    | 26,0          | 44,0               |
| Cukup puas              | 39        | 39,0    | 39,0          | 83,0               |
| Puas                    | 16        | 16,0    | 16,0          | 99,0               |
| Sangat puas             | 1         | 1,0     | 1,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Kompensasi keterlambatan penerbangan” menunjukkan sebanyak 1% menjawab sangat puas 16% menjawab puas,39% menjawab cukup puas. 26% menjawab tidak puas,18% sangat tidak puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.26**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X5.2**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas              | 8         | 8,0     | 8,0           | 10,0               |
| Cukup puas              | 44        | 44,0    | 44,0          | 54,0               |
| Puas                    | 35        | 35,0    | 35,0          | 89,0               |
| Sangat puas             | 11        | 11,0    | 11,0          | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Pelayanan khusus pada penumpang berisiko” menunjukkan sebanyak 11% menjawab sangat puas 35% menjawab puas, 44% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.27**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X5.3**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 20        | 20,0    | 20,0          | 20,0               |
| Tidak puas              | 19        | 19,0    | 19,0          | 39,0               |
| Cukup puas              | 36        | 36,0    | 36,0          | 75,0               |
| Puas                    | 23        | 23,0    | 23,0          | 98,0               |
| Sangat puas             | 2         | 2,0     | 2,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Ganti rugi atas kelalaian pihak” menunjukkan sebanyak 2% menjawab sangat puas 23% menjawab puas, 36% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

**Tabel 4.28**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**X5.4**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat tidak puas | 15        | 15,0    | 15,0          | 15,0               |
| Tidak puas              | 19        | 19,0    | 19,0          | 34,0               |
| Cukup puas              | 36        | 36,0    | 36,0          | 70,0               |
| Puas                    | 27        | 27,0    | 27,0          | 97,0               |
| Sangat puas             | 3         | 3,0     | 3,0           | 100,0              |
| Total                   | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Pelayanan pada keluhan penumpang” menunjukkan sebanyak 3% menjawab sangat puas 27% menjawab puas, 36% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas.

#### 6. Kepuasan (Y) sebagai Variabel Dependent

Kepuasan pelanggan merupakan reaksi terhadap kejadian selama pelayanan yang diberikan oleh pihak Lion Air di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu. Adapun item pernyataan yang digunakan menilai variabel kepuasan pelanggan yaitu, menilai maskapai Lion Air sebagai pilihan pertama jika ingin melakukan perjalanan udara ( $Y_{1.1}$ ), membicarakan hal-hal positif mengenai kualitas pelayanan maskapai Lion Air kepada orang lain ( $Y_{1.2}$ ), mengajak orang lain untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Lion Air ( $Y_{1.3}$ ), menggunakan jasa penerbangan Lion Air menguntungkan penumpang ( $Y_{1.4}$ ).

**Tabel 4.29**

**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan  
Y1**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat tidak puas | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| Tidak puas        | 13        | 13,0    | 13,0          | 14,0               |
| Cukup puas        | 54        | 54,0    | 54,0          | 68,0               |
| Puas              | 27        | 27,0    | 27,0          | 95,0               |
| Sangat puas       | 5         | 5,0     | 5,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Dari tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Memilih maskapai Lion Air sebagai pilihan pertama jika ingin melakukan perjalanan udara” menunjukkan sebanyak 5% menjawab sangat puas 27% menjawab puas, 54% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas dan akan memilih maskapai Lion Air sebagai pilihan pertama jika ingin melakukan perjalanan udara.

**Tabel 4.30**

**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan  
Y2**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas        | 19        | 19,0    | 19,0          | 21,0               |
| Cukup puas        | 41        | 41,0    | 41,0          | 62,0               |
| Puas              | 35        | 35,0    | 35,0          | 97,0               |
| Sangat puas       | 3         | 3,0     | 3,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Dari tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Membicarakan hal-hal positif mengenai kualitas pelayanan maskapai Lion Air kepada orang lain” menunjukkan sebanyak 3% menjawab sangat puas 35% menjawab puas, 41% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item

pernyataan diatas dan responden akan membicarakan hal-hal positif mengenai kualitas pelayanan maskapai Lion Air kepada orang lain.

**Tabel 4.31**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**Y3**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat tidak puas | 2         | 2,0     | 2,0           | 2,0                |
| Tidak puas        | 20        | 20,0    | 20,0          | 22,0               |
| Cukup puas        | 57        | 57,0    | 57,0          | 79,0               |
| Puas              | 18        | 18,0    | 18,0          | 97,0               |
| Sangat puas       | 3         | 3,0     | 3,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Dari tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Mengajak orang lain untuk menggunakan jasa penerbangan maskapai Lion Air” menunjukkan sebanyak 3% menjawab sangat puas 8% menjawab puas,57% menjawab cukup puas. Hal ini menunjukkan secara umum responden menyatakan puas atas item pernyataan diatas dan responden akan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa penerbangan Lion Air.

**Tabel 4.32**  
**Distribusi Frekuensi Item Pernyataan**  
**Y4**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat tidak puas | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
| Tidak puas        | 13        | 13,0    | 13,0          | 14,0               |
| Cukup puas        | 59        | 59,0    | 59,0          | 73,0               |
| Puas              | 24        | 24,0    | 24,0          | 97,0               |
| Sangat puas       | 3         | 3,0     | 3,0           | 100,0              |
| Total             | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Dari tabel diatas terlihat bahwa tanggapan pelanggan Lion Air tentang pernyataan “Menggunakan jasa penerbangan Lion Air menuntungkan penumpang” menunjukkan sebanyak

3% menjawab sangat puas 24% menjawab puas, 59% menjawab cukup puas. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan maskapai penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu dan sebagian besar responden merasa bahwa menggunakan jasa penerbangan Lion Air menguntungkan penumpang.

#### 4.1.6 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan cara menganalisis matriks korelasi variabel - variabel independen yang dapat di lihat melalui Variance inflation Factor (VIF). Nilai VIF yang bisa ditoleransi adalah 10. Apabila VIF variabel independen < 10 berarti tidak ada multikolinearitas.

Dari hasil analisis diperoleh nilai VIF masing-masing variabel bebas seperti yang tercantum sebagai berikut:

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Asumsi Multikolineritas**

| <b>Variabel Bebas</b>           | <b>VIF</b> | <b>Keterangan</b>     |
|---------------------------------|------------|-----------------------|
| <i>Tangible</i> ( $X_1$ )       | 2,049      | Non Multikolinearitas |
| <i>Reliability</i> ( $X_2$ )    | 2,824      | Non Multikolinearitas |
| <i>Responsiveness</i> ( $X_3$ ) | 1,577      | Non Multikolinearitas |
| <i>Assurance</i> ( $X_4$ )      | 1,856      | Non Multikolinearitas |
| <i>Empathy</i> ( $X_5$ )        | 1,728      | Non Multikolinearitas |

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki Variance Inflation Factor lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson. Berikut hasil perhitungan DW dengan menggunakan regresi:

**Tabel 4.34**  
**Hasil Pengujian Asumsi Non-Autokorelasi**

| Dl    | Du    | 4-du  | 4-dl  | dw    | Interprestasi              |
|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------------|
| 1,571 | 1,780 | 2,220 | 2,429 | 1,789 | Tidak terjadi autokorelasi |

Sumber: data primer yang diolah, 2014

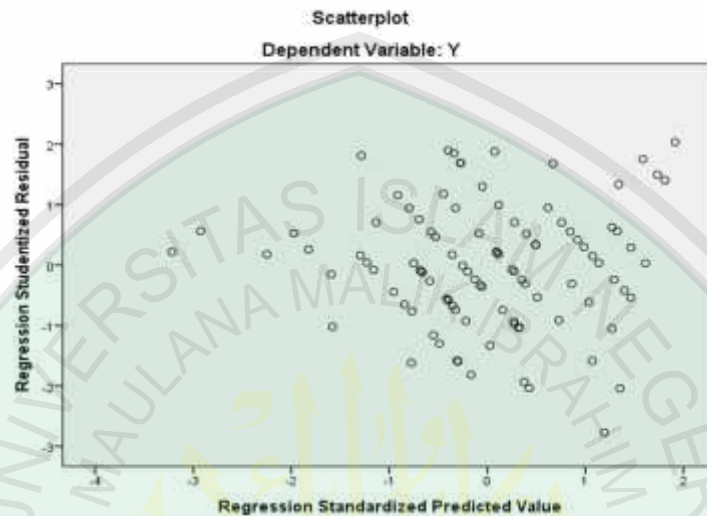
Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas diketahui bahwa  $du < dw < 4-du$  ( $1,780 < 1,789 < 2,220$ ) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu kepengamatan yang lain. Uji pendeteksian heteroskedastisitas dapat pula dilakukan dengan metode grafik yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah terprediksi, dan

sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya). Hasil pengujian menggunakan metode grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1



Sumber: data primer yang diolah, 2014

#### **Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Selain menggunakan metode grafik, pengujian asumsi heteroskedastisitas dapat dilakukan juga dengan metode pengujian statistik uji Rank Spearman. Uji Rank Spearman dilakukan dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Apabila nilai  $\text{sig.} > 0,05$  maka akan terjadi homoskedastisitas dan jika nilai  $\text{sig.} < 0,05$  maka akan terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Rank Spearman dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.35**  
**Hasil Uji Rank Spearman**

| Variabel bebas                  | Sig.  | Keterangan        |
|---------------------------------|-------|-------------------|
| <i>Tangible</i> ( $X_1$ )       | 0,088 | Homoskedastisitas |
| <i>Reliability</i> ( $X_2$ )    | 0,116 | Homoskedastisitas |
| <i>Responsiveness</i> ( $X_3$ ) | 0,106 | Homoskedastisitas |
| <i>Assurance</i> ( $X_4$ )      | 0,349 | Homoskedastisitas |
| <i>Empathy</i> ( $X_5$ )        | 0,509 | Homoskedastisitas |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai sig.  $> 0,05$  maka disimpulkan terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas telah terpenuhi baik secara grafik maupun pengujian secara statistik.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali,2006:110). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov terhadap nilai residual hasil persamaan regresi serta metode grafik normal PP-plot. Bila probabilitas hasil uji Kolmogorov Smirnov lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

**Tabel 4.36**  
**Uji Asumsi Normalitas**

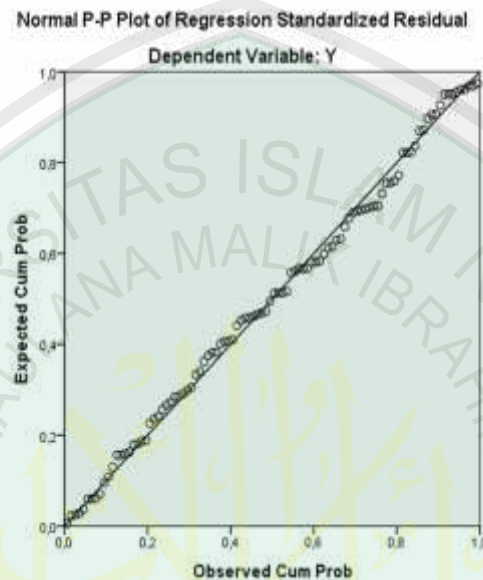
| Statistik Uji        | Nilai sig. | Keterangan      |
|----------------------|------------|-----------------|
| Kolmogorov-Smirnov Z | 0,961      | Menyebar Normal |

Sumber: data primer yang diolah,2014

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi residual regresi yang terbentuk lebih besar dari taraf nyata 5% sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas tersebut terpenuhi.

Jika menggunakan grafik PP-Plot dapat dilihat bahwa titik-titik dari data mendekati garis diagonal sehingga dapat dinyatakan bahwa model tersebut menyebar secara normal. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2



Sumber: data primer yang diolah, 2014

### Grafik Normal PP Plot

Dengan menggunakan normal pp plot pada gambar di atas menunjukkan bahwa sebagian besar titik-titik data berada di sekitar garis diagonal regresi maka dinyatakan bahwa residual menyebar normal atau asumsi normalitas terpenuhi. Baik menggunakan pengujian statistik maupun normal pp plot didapatkan bahwa residual menyebar normal atau asumsi normalitas terpenuhi.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.37**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

| Variabel                                | Unstandardized Coefficients (B) | Standardized Coefficients $\beta$ | t <sub>hitung</sub> | Sig.  | Keterangan |
|-----------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------|------------|
| (Constant)                              | -0,115                          |                                   | -0,134              | 0,893 | Signifikan |
| <i>Tangibles</i> (X <sub>1</sub> )      | 0,141                           | 0,215                             | 2,958               | 0,004 | Signifikan |
| <i>Reliability</i> (X <sub>2</sub> )    | 0,219                           | 0,197                             | 2,301               | 0,024 | Signifikan |
| <i>Responsiveness</i> (X <sub>3</sub> ) | 0,287                           | 0,258                             | 4,037               | 0,000 | Signifikan |
| <i>Assurance</i> (X <sub>4</sub> )      | 0,266                           | 0,235                             | 3,393               | 0,001 | Signifikan |
| <i>Empathy</i> (X <sub>5</sub> )        | 0,142                           | 0,193                             | 2,882               | 0,005 | Signifikan |
| Adjusted R <sup>2</sup>                 | = 0,744                         |                                   |                     |       |            |
| F <sub>hitung</sub>                     | = 58,548                        |                                   |                     |       |            |
| F <sub>table</sub>                      | = 2,311                         |                                   |                     |       |            |
| Sig. F                                  | = 0,000                         |                                   |                     |       |            |
| t <sub>table</sub>                      | = 1,986                         |                                   |                     |       |            |
| A                                       | = 0,05                          |                                   |                     |       |            |

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Variabel terikat pada regresi ini adalah Kepuasan pelanggan (Y) sedangkan variabel bebasnya adalah *tangible* (X<sub>1</sub>), *reliability* (X<sub>2</sub>), *responsiveness* (X<sub>3</sub>), *assurance*(X<sub>4</sub>) dan *empathy* (X<sub>5</sub>.) Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = -0,115 + 0,141X_1 + 0,219X_2 + 0,287X_3 + 0,266X_4 + 0,142X_5 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1.  $b_0 = -0,115$

Nilai konstan ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel bebas (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) maka variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar -0,115. Dalam arti kata kepuasan pelanggan bernilai sebesar -0,115 sebelum atau tanpa adanya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* (dimana X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> = 0).

2.  $b_1 = 0,141$

Nilai parameter atau koefisien regresi  $b_1$  ini menunjukkan bahwa setiap variabel *tangible* meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,141 kali atau dengan

kata lain setiap peningkatan kepuasan pelanggan dibutuhkan variabel *tangible* sebesar 0,141 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_2, X_3, X_4, X_5 = 0$ ).

3.  $b_2 = 0,219$

Nilai parameter atau koefisien regresi  $b_2$  ini menunjukkan bahwa setiap variabel *reliability* meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,219 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kepuasan pelanggan dibutuhkan variabel *reliability* sebesar 0,219 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_3, X_4, X_5 = 0$ ).

4.  $b_3 = 0,287$

Nilai parameter atau koefisien regresi  $b_1$  ini menunjukkan bahwa setiap variabel *responsiviness* meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,287 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kepuasan pelanggan dibutuhkan variabel *responsiviness* sebesar 0,287 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_2, X_4, X_5 = 0$ ).

5.  $b_4 = 0,266$

Nilai parameter atau koefisien regresi  $b_2$  ini menunjukkan bahwa setiap variabel *assurance* meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,266 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kepuasan pelanggan dibutuhkan variabel *assurance* sebesar 0,266 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_2, X_3, X_5 = 0$ ).

6.  $b_5 = 0,142$

Nilai parameter atau koefisien regresi  $b_2$  ini menunjukkan bahwa setiap variabel *empathy* meningkat 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,142 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan kepuasan pelanggan dibutuhkan variabel *empathy* sebesar 0,142 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_2, X_3, X_5 = 0$ ).

#### 4.1.7 Pengujian Hipotesis

##### a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiviness* (X3), *assurance*(X4) dan *empathy* (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F, dengan cara membandingkan nilai  $F_{hitung}$  hasil analisis regresi dengan nilai  $F_{tabel}$  pada taraf nyata  $\alpha = 0,05$ .

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0: b_i = 0$

variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$H_a: b_i \neq 0$

variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian:

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada tabel regresi di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 58,548. Nilai ini lebih besar dari F tabel ( $58,548 > 2,311$ ) dan nilai sig. F (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiviness* (X3), *assurance*(X4) dan *empathy* (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

##### b. Uji Persial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *empathy* (X5). Secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y), serta untuk melihat variabel bebas manakah yang paling dominan pengaruhnya.

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho:  $b_i = 0$

Variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Ha:  $b_i \neq 0$

Variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Variabel *tangible* (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,958 dengan signifikansi sebesar 0,004. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $2,958 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,004 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *tangible* (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Variabel *reliability* (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,301 dengan signifikansi sebesar 0,024. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $2,301 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,024 < 0,05$ ), maka dapat

disimpulkan bahwa secara parsial variabel *reliability* (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

- 3) Variabel *responsiveness* (X3) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,037 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $4,037 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *responsiveness* (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 4) Variabel *assurance* (X4) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,393 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $3,393 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,001 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *assurance* (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 5) Variabel *empathy* (X5) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,882 dengan signifikansi sebesar 0,005. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $2,882 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,005 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *empathy* (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

#### 4.1.8 Uji Dominan

Untuk menentukan variabel bebas yang paling dominan dalam mempengaruhi nilai variabel terikat dalam suatu model regresi linier, maka digunakan nilai koefisien beta (*Beta Coefficient*). Berdasarkan tabel hasil analisis regresi terlihat bahwa variabel yang memiliki koefisien beta tertinggi terdapat pada variabel *responsiveness* (X3) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,258. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan adalah variabel *responsiveness* (X3).

#### 4.1.9 Kofisien Determinasi

Berdasarkan tabel regresi di atas diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,744 atau 74,4%. Artinya bahwa keragaman Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh 74,4% variabel bebas *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* Sedangkan sisanya yaitu sebesar 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

## 4.2 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan maskapai penerbangan Lion Air di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu secara umum sudah baik. Hal ini dilihat dari hasil analisis tanggapan responden terhadap setiap variabel.

### 4.2.1 Pengaruh Simultan

Berdasarkan dari penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dipaparkan dalam 5 variabel bebas (X) *tangible, reliability, responseeveness, assurance, empathy*. Mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan (Y). diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 58,548. Nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $58,548 > 2,311$ ) dan nilai sig F (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Dari hasil penelitian terdahulu Hardianti (2010) diperoleh persamaan regresi  $Y + 0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + + 0,165 X_5$ , variabel *tangible, reliability, responseeveness, assurance, empathy* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Jasa Penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun. Menurut Goestsh dan Davis (dalam Arief, 2007:117) kualitas pelayanan adalah yang berhubungan dengan produk atau jasa yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari teori diatas

dengan hasil analisis penelitian ini dimana responden menyatakan puas dengan kualitas pelayanan Lion Air dan Lion Air telah memenuhi harapan dari pelanggannya maka teori dan hasil penelitian ini dinyatakan relevan.

#### 4.2.2 Pengaruh parsial

- Variabel *tangible* (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,958 dengan signifikansi sebesar 0,004. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $2,958 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,004 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *tangible* (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y).

*Tangible* adalah fasilitas yang diberikan perusahaan Lion Air kepada penumpangnya yang bertujuan untuk memberikan rasa nyaman terhadap penumpang yang berada dalam kabin pesawat misalnya kebersihan kabin pesawat, tersedianya toilet. (Parasuraman, et.al, 2010).

*"Sesungguhnya Allah Ta'ala itu baik (dan) menyukai kebaikan, bersih (dan) menyukai kebersihan, mulia (dan) menyukai kemuliaan, bagus (dan) menyukai kebagusan. Oleh sebab itu, bersihkanlah lingkunganmu". (HR. At- Turmudzi).*

- Variabel *reliability* (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,301 dengan signifikansi sebesar 0,024. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $2,301 > 1,986$ ) atau  $\text{sig. } t < 5\%$  ( $0,024 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *reliability* (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

*Reliability* dalam pelayanan ditunjukkan melalui konsistensi kinerjanya maupun kemampuan untuk menarik kepercayaan penumpang Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu. Reliabilitas kinerja ini terlihat dari ketepatan waktu dalam memenuhi janji dalam hal ini dapat berupa jadwal penerbangan atau yang lainnya. Termasuk juga keandalan selama proses pelayanan.

Disebutkan bahwa reliabilitas dalam kinerja ditunjukkan dengan ketepatan dan konsistensi. Dalam Islam seseorang diperintahkan untuk memenuhi janji, sebagaimana firman Allah Swt:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ ۚ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴿٣٤﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabnya. (QS. Al-Israa: 34)

- Variabel *responsiveness* (X3) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,037 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  ( $4,037 > 1,986$ ) atau  $sig. t < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *responsiveness* (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

-

Aspek daya tanggap *responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lion Air. Ini terlihat dari kemauan para petugas atau karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan. Pelanggan menilai tiga poin dalam hal ini, yaitu ketanggapan petugas dalam menangani masalah, ketersediaan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen, dan ketersediaan petugas keamanan (satpam) membantu konsumen.

Sebagaimana Allah Swt telah memerintahkan umat muslim untuk berlaku responsif melalui firmanNya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أَحَلَّتْ لَكُمْ بَيْمَةٌ ٱلْأَنعَمِ ۖ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ  
غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنتُمْ حُرُمٌ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (QS.Al Maa-idah:1)

- Variabel *assurance* (X4)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (3,393>1,986) atau  $sig\ t < \%$  (0,001<0,05) disimpulkan secara parsial variabel (X4) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Jaminan merupakan perilaku karyawan yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dan dapat memberikan rasa aman bagi pelanggannya.

Rasulullah Saw pernah bersabda, “ *Saidu qaum khadimuhum*” pemimpin itu adalah pelayan bagi masyarakatnya. Pemimpin dalam perusahaan adalah pelayan bagi karyawannya. (Kartajaya,2006:76). Maka perusahaan perlu memberikan jaminan terhadap karyawannya dan pelanggannya, jaminan yang dimaksud merupakan jaminan kesehatan,dan jaminan keselamatan jiwa atau kecelakaan untuk setiap karyawan Lion Air dan seluruh penumpangnya. Seperti yang kita ketahui risiko kecelakaan pesawat cukup tinggi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Q.S Al-Anfal 8:27)

Variabel *empathy* (X5)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,882>1,986) atau  $sig\ t < \%$  (0,005<0,05) disimpulkan secara parsial variabel (X5) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Empati yaitu melakukan keinginan dan memberikan perhatian personal pada pelanggan.

Perusahaan dalam bisnis apapun apalagi bisnis yang terkait dengan pelayanan, harus benar-benar memberikan pelayanan secara optimal terhadap pelanggannya. Karena pelayanan merupakan yang terpenting dalam bisnis Allah Swt.

Dalam Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa rendah hati, berwajah manis, bertutur kata baik, berperilaku sopan termasuk dalam aktivitas berbisnis. (Kartajaya.2006:17). Dalam salah satu firman Allah.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾  
وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

*“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.”*

*“Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.” (Q.S Luqman 31:18-19)*

Pelayanan yang baik kepada pelanggan merupakan hal penting. Islam sangat mengedepankan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap ramah kepada orang lain, memberi perhatian kepada pelanggan. Jika kita berbuat baik kepada orang lain maka orang lain pun akan berbuat baik kepada kita.

Rasulullah Saw, pernah bersabda *“Semoga Allah memberikan rahmat-Nya kepada orang yang murah hati pada saat dia menjual, membeli, atau saat dia menuntut haknya: (Hadits)*

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa secara parsial dari kelima variabel kualitas pelayanan (X) yaitu *tangible* (x1), *realibility* (x2), *responsiveness* (x3), *assurance* (x4) dan *empathy* (x5) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini sesuai dengan teori Parasuraman yang mengatakan bahwa. Terdapat lima dimensi *SERVQUAL*. Dari

kelima variabel (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, setelah dilakukan penelitian menunjukkan kesesuaian teori dan hasil penelitian.

Berdasarkan hasil analisis regresi bahwa dari kelima variabel kualitas pelayanan (X) terlihat bahwa variabel yang memiliki nilai tertinggi (dominan) terdapat pada variabel *responsiveness* (X3) dengan koefisien beta sebesar 0,258 sedangkan variabel yang terendah adalah *empathy* dengan koefisien regresi sebesar 0,193. Dari hasil penelitian terdahulu Hardiyati (2010) variabel yang berpengaruh adalah variabel *assurance* dengan nilai koefisien regresi 0,316 dan variabel terendah adalah *empathy* dengan koefisien regresi 0,165. Dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan adalah variabel *responsiveness* (X3). Variabel *responsiveness* (X3) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan, daya tanggap, kesediaan karyawan untuk membantu penumpang saat dalam penerbangan memberikan nilai yang tinggi terhadap kepuasan penumpang Lion Air. Maskapai Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Mutiara Palu perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah baik dan perlu memperhatikan pelayanan yang masih kurang atau variabel yang memiliki nilai terkecil..