

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Lion Air Padang

Journals of Management and Entrepreneurship, 2025

Vol. 00 (0), 00-00

© The Journal, 2025

DOI: 10.XXXXX

<https://jurnal.unbrah.ac.id/index.php/performance>

Journal

Article History

Received: September 12th, 2024

Revised: January 5th, 2025

Accepted: January 7th, 2025

Harry Wahyudi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

harrywahyudi@fekon.unbrah.ac.id

Chandra Syahputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

chandrasyahputra@fekon.unbrah.ac.id

Deby Adelina

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

adelinadeby@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of price and service quality variables on customer satisfaction of Lion Air Padang flight service users. The type of data used in this study is using quantitative data in the form of questionnaires from Lion Air customers (Padang-Jakarta). The sample used in this study were Lion Air customers on the (Padang-Jakarta) route of 106 respondents.

The results of the t-test show that price and service quality have a positive effect on customer satisfaction with a t-count value for price of 4.465 with (sig 0,000<0,05), Quality of service with a t-count value of 2.953 with (sig 0,004<0,05) with df=106-3=103 then obtained t table 1.659.

The results of the F test show that price and service quality together (simultaneously) have a positive effect on customer satisfaction of Lion Air Padang flight service users with the F test results it is known that the calculated F value > from F table or 20.683>3,08, with a significant value 0,000 (p<0,05).

From the results of the analysis of determinant coefficient, the R-Square value of 0,287 is obtained, this means that 28,7% of the price and service quality variables can be explained by price and service quality, while the remaining 71,3% is influenced by other factors outside the variables used in this study.

Keywords: Customer Satisfaction, Price and Service Quality

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif yang berupa kuesioner dari pelanggan Lion Air (Padang-Jakarta). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Lion Air dengan rute (Padang-Jakarta) sebanyak 106 responden.

Hasil uji-t menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung untuk harga 4,465 dengan ($\text{sig } 0,000 < 0,05$), Kualitas Pelayanan dengan nilai t hitung 2,953 dengan ($\text{sig } 0,004 < 0,05$) dengan $df = 106 - 3 = 103$ maka diperoleh t tabel 1,659.

Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang dengan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung $>$ dari F tabel atau $20,683 > 3,08$, dengan nilai signifikan $0,000 (p < 0,05)$.

Dari hasil analisis koefisien determinan diperoleh nilai R-Square sebesar 0,287 hal ini berarti 28,7% variabel harga dan kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 71,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Harga dan Kualitas Pelayanan

1. Latar Belakang

Pesatnya persaingan industri jasa penerbangan di Indonesia bukan hanya disebabkan oleh globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan juga banyak menuntut. Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Bagi pelanggan, biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan dan kinerja yang disampaikan dapat menyebabkan mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Harapan suatu pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman, serta janji dari suatu perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan tersebut.

Pemasaran jasa penerbangan merupakan suatu proses penyesuaian antara permintaan penumpang pada saat ini, permintaan potensial, permintaan masa depan, dan penawaran dari suatu maskapai penerbangan.

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Sedangkan menurut Umar dalam Indrasari (2019: 82) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk dan jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah membandingkan kompensasi yang diterima dan sesuai harapan, kinerja

yang dihasilkan melebihi harapan maka konsumen akan merasapuas dan senang saat mendapat sesuatu yang diinginkannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, situasi dan pribadi konsumen Kotler dalam Suwito (2018: 257).

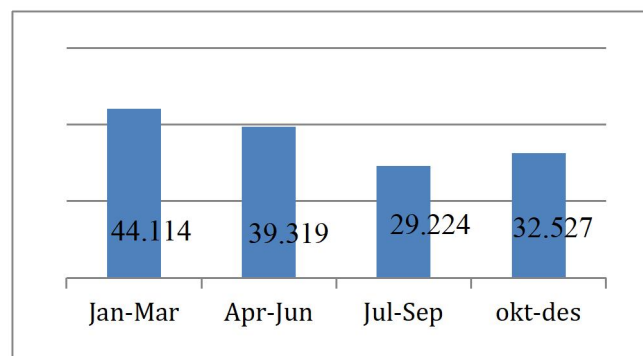
Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk Kotler (2019: 131).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan jumlah nominal yang di berikan atas nilai yang di hasilkan dari suatu produk atau jasa serta menjadi sebuah simbol atas berpindahnya hak kepemilikan. Menurut Kotler dalam Krisdayanto (2018: 4) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Menurut Fandy Tjiptono (2017:180) mendefenisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Pendapat lain juga ditemukan oleh Aria dan Atik (2018:16) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2019:305) yaitu reability (reabilitas), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), tangibles (bukti fisik).



Sumber: Data Lion Air

Grafik 1.1
Jumlah Penumpang Lion Air Januari-Desember 2022

Dari grafik 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah penumpang pada bulan jan-mar terjadi kenaikan sebesar 44.114, sedangkan pada bulan jul-sep terjadi penurunan penumpang sebesar 29.224. Hal ini pun terbukti dari pertumbuhan jumlah penumpang pada grafik diatas yang tidak naik secara signifikan.

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Suwito (2018:257) ialah harga. berikut merupakan data perbandingan harga maskapai bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1

Perbandingan Harga Lion Air Dengan Jenis Maskapai Lainnya

No	Rute	Lion Air	Garuda Airlines	Citylink	Suvar Air Jet
----	------	----------	-----------------	----------	---------------

1	Padang-Batam	Rp.995.650	Rp.3.558.900	Rp.1.002.920	Rp.2.550.600
2	Padang-Medan	Rp.2.070.800	Rp.3.985.000	Rp.2.229.637	Rp.2.432.400
3	Padang-Jakarta	Rp.970.600	Rp.1.892.200	Rp.1.064.691	Rp.988.800

Sumber : www.tiket.com

Tabel 1.1 bisa kita lihat bahwa perbedaan pada tarif pembayaran maskapai. dimana pada rute Padang-Jakarta dengan maskapai Lion Air lebih murah dibanding maskapai lainnya dengan tarif Rp.970.600. Sedangkan Garuda Airlines merupakan maskapai paling mahal diantara maskapai lainnya. Dari data tersebut juga dapat kita lihat perbedaan pada harga yang disediakan.

Hasil penelitian Muhammad Ridho Almuthahar (2022) dengan judul “pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Indonesia” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini tentu belum cukup sebagai dasar untuk menyatakan kepuasan pelanggan Lion Air Lion Air dalam kategori bagus. merujuk pada latar belakang yang sudah diuraikan penulis, maka penulis termotivasi untuk mengangkat permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Lion Air Padang”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lion Air
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lion Air
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lion Air

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Air.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Air.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lion Air.

Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat antara lain:

- a. Bagi Peneliti
Penulisan ini diharapkan dapat membantu wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lion Air.
- b. Bagi Lion Air
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini dapat dijadikan pedoman atau acuan agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik lagi, dan mendapatkan tambahan informasi dan referensi tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Lion Air.
- d. Bagi Kampus

Dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan acuan kepada mahasiswa Universitas Baiturrahmah Padang yang ingin meneliti hal yang sama yaitu : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Lion Air.

2. Kajian Teori

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Diana (2019) kepuasan pelanggan adalah hasil pembelian dan penggunaan produk yang diperoleh pelanggan dengan membandingkan kompensasi dan biaya pembelian dengan hasil yang diharapkan. Sedangkan menurut Umar dalam Indrasari (2019 : 82) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk dan jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama.

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Berdasarkan pendapat para diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah membandingkan kompensasi yang diterima dan sesuai harapan, kinerja yang dihasilkan melebihi harapan maka konsumen akan merasapuas dan senang saat mendapat sesuatu yang diinginkannya.

Menurut Kotler dalam Suwito (2018: 257) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kualitas pelayan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang mereka dapat baik sesuai yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi harga relatif murah akan memberikan nilai lebih pada konsumen.
- 4) Situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami konsumen.
- 5) Pribadi konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang memenuhi kebutuhan pribadi konsumen.

Harga

Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk.

Menurut Alma (2018: 171) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan oleh pembeli atas pembelian suatu barang (Insani dan Madiawati, 2020). Pendapat lain juga dikemukakan oleh Harman Malau (2017: 126) yang menyatakan bahwa Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi.

Berdasarkan menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan jumlah nominal yang di berikan atas nilai yang di dihasilkan dari suatu produk atau jasa serta menjadi sebuah simbol atas berpindahnya hak kepemilikan.

Menurut Harman Malau (2017: 126) Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga di pasar sebagai berikut:

1. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku yaitu biaya yang berkaitan dengan biaya langsung dalam melakukan produksi.

2. Biaya tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang terlibat langsung dengan proses produksi contohnya upah.
3. Overhead pabrik yaitu biaya selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung contohnya penyusutan mesin dan sewa.

Menurut Kotler dalam Krisdayanto (2018: 4) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat mempertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Pendapat lain juga ditemukan oleh Aria dan Atik (2018:16) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima.

Lewis dan Booms (dalam Tjiptono 2017:142) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Berdasarkan menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

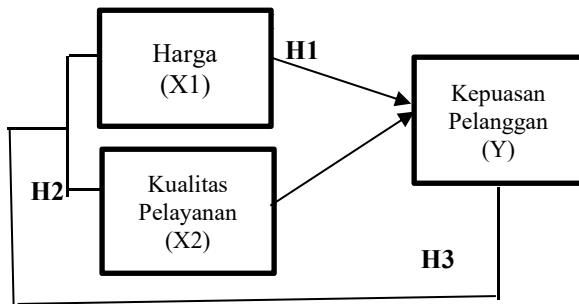
Menurut Kasmir (2017:6-7) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Jumlah tenaga kerja, banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan
2. Kualitas tenaga kerja, meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja
3. Motivasi karyawan, suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.
4. Kepemimpinan, proses mempengaruhi individu biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan.
5. Budaya organisasi, sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota
6. Kesejahteraan karyawan
7. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan.

Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2019:305) yaitu:

1. Reabilitas (reliability) Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (responsiveness) Yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (assurance) Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (empathy) Meliputi kemudahan dalam menalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (tangibles) Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat sementara karena masih harus dibuktikan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₁: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air

H₃: Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air.

3. Metode Penelitian

Asosiatif

Menurut Sugiyono (2018:24), mengemukakan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif, yakni penelitian yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih, dengan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:117) menyatakan bahwa populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi didalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang rute Padang-Jakarta tahun 2022.

Menurut Sugiyono (2018:148) sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 106 responden. Dengan menggunakan Rumus Slovin.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:139) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel.

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam kegiatan penelitian. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data secara objektif dan akurat sesuai dengan keperluan penelitian. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner angket (Sugiyono, 2018:223-224). Kuesioner (Angket) kuesioner merupakan teknik mengumpulkan data di mana partisipan responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2018:230).

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Tabel 4.1
Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig(2Tailed)	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,079	Normal
Harga	0,367	Normal
Kualitas Pelayanan	0,803	Normal

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari tabel 4.1 diketahui nilai Asymp.Sig (2-tailed) untuk variabel Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,079, variabel Harga (X1) sebesar 0,367 dan variabel Kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,803 dari semua variabel penelitian nilainya yang lebih besar tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal, dengan demikian analisis regresi linear berganda dapat dilaksanakan karena telah berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas

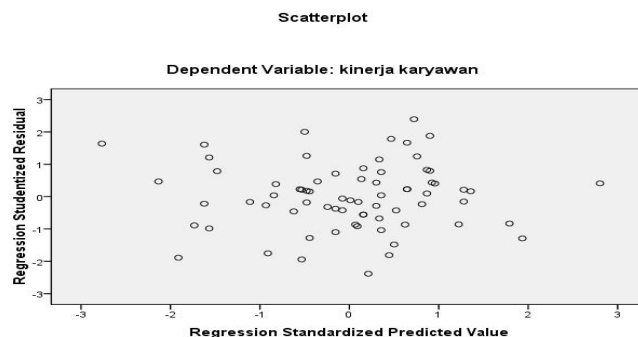
Variabel	Tolerance	Vif	Keterangan
Harga (X1)	0,897	1,115	Bebas multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,897	1,115	Bebas multikolinearitas

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance variabel harga dan kualitas pelayanan lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari masing-masing variabel lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang berarti antara sesama variabel

bebas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini tidak mengalami kasus multikolinearitas sehingga pengolahan data dengan regresi linier berganda dapat dilaksanakan karena tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.4 di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas karena penyebaran berada diatas dan dibawah sumbu 0 dan tidak berbentuk pola.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.3
Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,449 terletak di antara (-2) sampai (+2) maka tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji T
Tabel 4.5
Hasil Uji

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,898	Tidak terjadi autokorelasi

(Parsial)

Parsial (Uji T)

Model	B	T	Sig
(Constant)	5.765	2.069	0,039
Harga (X1)	0,350	4.465	0,000
Kualitas pelayanan (X2)	0,170	2.953	0,004

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat ditarik kesimpulan uji t sebagai berikut:

- Harga memiliki nilai t_{hitung} 4,465 dan nilai sig (0,000 < 0,05) dengan df = 106-3=103 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,659. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} atau 4,465 > 1,659, artinya H1 diterima dan Ho ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air.
- Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 2,953 dan nilai sig (0,004 < 0,05) dengan df=106-3=103 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,659. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} 2,93 > 1,659, artinya H2 diterima dan Ho ditolak. Maka dapat disimpulkan

bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan penggunajasa penerbangan Lion Air.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan dari variabel independen dengan variabel dependen. Dari hasil program SPSS diketahui nilai F_{hitung} pada tabel Anova sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig
1 Regression	20,683	0,000

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai f_{hitung} 20,683 > dari f_{tabel} 3,08 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat dikatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang.

Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi berguna untuk melihat kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi harga dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pengguna jasa penerangan Lion Air Padang dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji R-Square

Model	R-Square
1	0,287

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 Pada hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa pengaruh Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh koefisien determinasi yang tertulis R square sebesar 0,287 dapat dijelaskan bahwa besarnya proporsi pengaruh harga dan kualitas pelayanan adalah 28,7% sedangkan sisanya yaitu 71,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel-variabel yang digunakan dalam, penelitian ini.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah di uraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} 4,465 > t_{tabel} 1,659, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 H_1 diterima H_0 ditolak.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air Padang. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} 2,953 > t_{tabel} 1,659, dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05 H_1 diterima dan H_0 ditolak.
3. Berdasarkan Uji F diketahui bahwa nilai f_{hitung} 20,683 > f_{tabel} 3,08 dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini

berarti secara bersama-sama(simultan) variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa saran yang mungkin bermanfaat peneliti sarankan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan
Diharapkan pihak perusahaan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik supaya pelanggan lebih puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Lion Air.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk meneliti variabel yang sama ataupun berbeda, selain itu peneliti berharap agar peneliti selanjutnya mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Supaya peneliti menambah wawasan untuk peneliti dan dapat menyempurnakan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Almuthahar, M. R., Tinggi, S., & Kedirgantaraan, T. (n.d.). kepuasanpelangganmaskapailion air indonesia.4(2), 302–306.
- Aria Mulyapradana dan Atik Indah Lazulfa, 2018, Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kkualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal. Jurnal Insitusi Politenik Ganesha Medan. 1(2) : 1-17.
- Bima, M. S. (2022). *Kepuasanpenumpang wings airdi bandar udara sultan Sumber : Kementrian Perhubungan Republik indonesia Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Lion Air di Banda Udara Abdulrachman*. 4(2), 341–350.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Estamarinda, E., Akila, & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manivestsi*, 3(1), 69–82.
- Fandy Tjiptono, Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Harman Malau. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.
- Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>

- Ibrahim, M. (2019). Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol.4 No.3, 2020.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran). Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., dan Keller, K., (2018), Manajemen Pemasaran (Edisi 12 Jilid 2), PT Indeks
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan
- Lewis, dan Booms. Dalam Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Kualitas
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 94–100.
- Pelanggan, Banyumedia Publishing 2017
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta:
- Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. 2019. Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978 – 623 – 01 – 0194 – 6.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra

Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154.
<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>