

Pengaruh Pelayanan Karyawan Dan Program Maskapai Penerbangan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Sriwijaya Air Makassar

Rahmad Wijaya

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia Makassar

Nasriah Akil

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia Makassar

Fauziah Fauziah

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia Makassar

Korespondensi penulis : rahmadwijaya@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to determine the partial and simultaneous influence of employee service variables, airline programs, customer satisfaction, where this research uses a quantitative research approach with a sample size of 100 PT consumers. Sriwijaya Air using the multiple regression analysis method with the help of the SPSS.26 application. The findings of this research show that the employee service variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the work program variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction, while simultaneous testing shows that employee service and airline programs have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Sriwijaya Air.*

Keywords: *Employee Services, Airline Programs, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel pelayanan karyawan, program maskapai, kepuasan konsumen, dimana pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 konsumen PT. Sriwijaya Air dengan metode analisis regresi berganda bantuan aplikasi SPSS.26. Temuan penelitian ini menunjukkan variabel pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel program kerja juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pengujian secara simultan menunjukkan bahwa pelayanan karyawan dan program maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air.

Kata Kunci : Pelayanan Karyawan, Program Maskapai, Kepuasan Konsumen.

LATAR BELAKANG

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari persaingan pelayanan, harga, dan promosi yang ditawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik di industri penerbangan cukup besar, hal ini dapat dilihat dari banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut. Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada saat ini membuat persaingan menjadi sangat ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan jasa penerbangan lainnya berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk dengan keunggulan masing-masing. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Dengan adanya pelayanan pelanggan yang

Received Agustus 30, 2023; Revised September 20, 2023; Accepted Oktober 13, 2023

* Rahmad Wijaya, rahmadwijaya@gmail.com

dilakukan secara optimal akan menciptakan kepuasan pelanggan yang memenuhi harapannya. Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa penerbangan adalah PT. SRIWIJAYA AIR yang memberikan jasa penerbangan domestic, dan memberikan pelayanan medium service kepada penumpang domestic di bagian check-in counter, boarding gate, kedatangan penumpang domestic dan lainnya yang berkaitan langsung dengan pelayanan kepada penumpang Sriwijaya Air. Terkait dengan pelayanan, hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah pelayanan penumpang dari bagian pelayanan check-in ataupun boarding gate, karena baik atau buruknya layanan pada akhirnya akan menimbulkan image bagi pihak bandar udara maupun pihak maskapai penerbangan.

Untuk mengatasi masalah pelayanan kepada pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang bermacam-macam seperti pelayanan ketepatan waktu, melayani dengan ramah dan lainnya, sehingga dapat menjadikan pelanggan loyal terhadap perusahaan, jika pelayanan yang diberikan buruk maka menurunnya pendapatan di perusahaan tersebut. Pada dasarnya pelanggan yang menginginkan kepuasan dari apa yang mereka dapatkan dan sesuai yang diharapkannya. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa yang digunakannya. Maka dengan adanya uraian diatas, penulis akan meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan pelanggan dan kualitas pelayanan maskapai penerbangan Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan,

Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar?
2. Apakah program maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar?
3. Apakah pelayanan karyawan dan program maskapai berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar.
2. Mengetahui program maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar.

3. Mengetahui pelayanan karyawan dan program maskapai berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air Makassar.

TINJAUAN TEORI

Definisi Pemasaran

Kotler dan Keller (2016:27), Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging product and service of value with others. Definisi tersebut mendefinisikan bahwa, pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan freering, dan bebas bertukar produk dan jasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2014:7) "kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Mu'ah (2014), Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Menurut Kotler dalam Lubis (2017), Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Muhsin Lubis (2017) mengemukakan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: Bukti fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy). Kelima dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut:

- a. Bukti fisik (Tangible) merupakan suatu pelayanan yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek bukti fisik menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadilan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang

meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Menurut Parasuraman dkk dalam Tjiptono (2018), Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan oleh perusahaan, serta penampilan karyawan.

b. Keandalan (Reliability) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi keandalan ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyapaikan jasa secara tepat.

c. Ketanggapan (Responsiveness) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. Jaminan (Assurance) merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang di tawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

e. Empati (Empathy) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono (2018), Empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan

nya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

Program Maskapai

Program merupakan perangkat data atau perencanaan yang dirumuskan dalam bentuk perencanaan-perencanaan (Wikipedia.com). Sedangkan Menurut *Hans Hochholzer* dalam *E Hetzer* (2012), Program merupakan kumpulan kegiatan nyata, sistematis, dan terpadu yang dilaksanakan oleh suatu atau beberapa instansi pemerintah dalam rangka kerjasama dengan swasta dan masyarakat guna mencapai tujuan dan sarana yang ditetapkan. Suatu program disusun berdasarkan atas tujuan ataupun target yang ingin dicapai. Susunan perencanaan program-program tersebut disebut sebagai program kerja. Menurut *Santosa* dalam *Soesanto* (2011) program kerja adalah suatu sistem rencana kegiatan dari suatu organisasi yang terarah, terpadu, dan tersistematis yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Program kerja akan menjadi pegangan bagi organisasi dalam menjalankan rutinitas organisasi. Program kerja juga digunakan sebagai sarana untuk mewujudkan cita-cita organisasi. Selain itu, salah satu pengertian program kerja adalah program-program yang nyata yang mungkin untuk diimplementasikan untuk mencapai misi perusahaan atau organisasi, Sejalan dengan pandangan di atas. *E Hetzer* (2021), program merupakan kumpulan kegiatan nyata, sistematis dan terpadu yang dilaksanakan oleh suatu atau beberapa instansi pemerintah dalam dalam rangka kerja sama dengan swasta dan masyarakat guna untuk mencapai tujuan dan sarana yang ditetapkan. Suatu program disusun atas berdasarkan tujuan ataupun target yang ingin dicapai. Susunan perencana program-program tersebut disebut sebagai program kerja. Menurut *santosa* dalam *Soesanto* (2011) program kerja adalah suatu sistem rencana kegiatan dari suatu organisasi yang terarah, terpadu dan sistematis yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Program kerja akan menjadi pegangan bagi organisasi dalam menjalankan rutinitas organisasi . Ada tiga alasan pokok menurut *E. Hetzer* (2012), mengapa program kerja perlu disusun oleh suatu organisasi :

1. Efisiensi Organisasi

Dengan telah dibuatnya suatu program kerja oleh suatu organisasi, maka waktu yang dihabiskan oleh suatu organisasi untuk memikirkan bentuk kegiatan apa saja yang akan dibuat tidak begitu banyak, sehingga waktu yang lain bisa digunakan untuk mengimplementasikan program kerja yang telah dibuat.

2. Efektifitas Organisasi

Keefektifan organisasi juga dapat dilihat dari sisi ini, dimana dengan membuat program kerja oleh suatu organisasi maka selama itu telah direncanakan sinkronisasi kegiatan organisasi antara bagian kepengurusan yang satu dengan bagian kepengurusan yang lainnya.

3. Target Organisasi

Sebuah program kerja disusun salah satunya karena dilatar belakangi oleh keinginan untuk mencapai target ataupun tujuan dari sebuah organisasi dan program kerja merupakan sarana ataupun anak tunggal untuk mencapai target ataupun puncak dari tujuan sebuah organisasi.

Berdasarkan pengertian diatas bahwa segala sesuatu yang merupakan organisasi ataupun instansi mempunyai banyak program- program pekerjaan yang harus di jalankan dimana salah satu perusahaan PT. Sriwijaya Air Makassar juga merupakan salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang penerbangan pesawat terbang maka dari itu setiap program-program kerja yang di keluarkan perusahaan harus dengan kesepakatan karyawan agar bisa melancarkan pekerjaan karyawan ataupun maskapainya.

Yang dimaksud dengan maskapai penerbangan adalah sebuah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Mereka menyewa atau memiliki pesawat terbang untuk menyediakan jasa tersebut dan dapat membentuk kerja sama atau aliansi dengan maskapai lainnya untuk keuntungan bersama.

Adapun program maskapai yang di tetapkan oleh PT. Sriwijaya Air makassar pada periode 2022-2024 sebagai berikut :

1. Sriwijaya air melakukan layanan khusus bagi pengguna tiket.com dimana program tersebut memiliki harga tiket diskon sampai 290.000 dan bagasi extra 5 Kg disemua rute penerbangan sriwijaya air dengan layanan check-in khusus Tiket.com
2. Layanan pengangkutan stracher case penumpang yang dalam keadaan baring (sakit)
3. (*Golden seat*) penumpang dapat memilih kursi paling depan dengan hanya membayar 189.000 penumpang sudah bisa menikmati kursi paling depan.

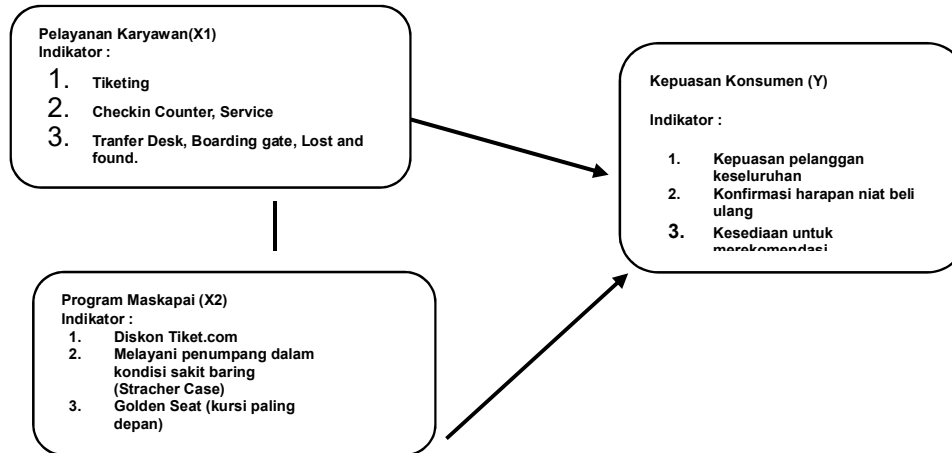
Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut hal yang diungkapkan oleh Zeithaml & Bitner (2008) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan. Adapun Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian purna bertransaksi, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Pengertian kepuasan menurut Lovelock dan Wirtz (2011;71) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat value berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa value adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau value bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari citra perusahaan dari pemanfaatan jasa yang dilakukan oleh pelanggan, dan juga efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Karena, semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpotensi berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan hingga saat ini telah menjadi bagian integral dalam visi, misi, tujuan, positioning statement, dan berbagai hal lainnya dalam sebuah perusahaan yang dibahas secara lengkap pada buku Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Dalam pengertian lebih ringkas loyalitas adalah komitmen konsumen terhadap suatu perusahaan, untuk berlangganan produk barang atau jasa secara konsisten secara berkelanjutan meskipun perusahaan mempunyai banyak persaingan, namun konsumen akan setia menjadi pelanggan tetap pada perusahaan tersebut. Mengukur kepuasan pelanggan sangat penting untuk kelangsungan bisnis yang berpusat pada pelanggan. Hal ini dapat memberikan feedback dan masukan untuk pengembangan dan penerapan strategi guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014), dimensi kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction) yaitu keseluruhan kepuasan yang didapat pelanggan setelah melakukan kegiatan konsumsi produk dan jasa.
2. Niat beli ulang (Repurchase Intention) yaitu tingkat kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau mengunjungi perusahaan kembali.
3. Kesiapan untuk merekomendasi (Willingness to Recommend) yaitu kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman dan kerabat.

Kerangka Pikir



Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu jawaban sementara penelitian untuk menentukan pengaruh antara variabel (X1) yaitu Pelayanan Karyawan dan Variabel (X2) Program Maskapai terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai variabel (Y). Oleh karena itu adapun hipotesis sebagai berikut :

H1 :Diduga bahwa pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sriwijaya Air Makassar.

H2 : Diduga bahwa program Maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sriwijaya Air Makassar.

H3 :Diduga bahwa pelayanan Karyawan dan program maskapai berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Sriwijaya Air Makassar.

METODE PENELITIAN

Analisis data

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda yaitu hubungan linear dua atau lebih variabel independen ($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) dan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengukur besar pengaruh variabel bebas dengan jumlah yang lebih dari satu variabel independen terhadap variabel terikat (dependen).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

Keterangan :

Y	: kepuasan konsumen
a	: Konstanta
B1, B2,	: Koefisien Regresi
X1	: Pelayanan Karyawan
X2	: Program Maskapai
e	: Faktor Kesalahan (Asumsi = 0)

1. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yang dilakukan dengan uji F yang dilakukan dengan membandingkan antara variabel F tabel dan F hitung.

Rumus matematisnya yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ signifikansi variabel $< 0,05$ maka hipotesis yang di ajukan di terima maka hipotesis diterima. apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ signifikansi variabel $> 0,05$ maka hipotesis yang di ajukan tidak diterima. Untuk penelitian ini menggunakan SPSS 23 untuk menguji informasi atau data.

b. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Rumus matematisnya yaitu apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen atau sebaliknya apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka hipotesis ditolak sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap dependen. Untuk penelitian ini menggunakan SPSS 23 untuk menguji atau data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji regresi linear berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui regresi X1 dan X2 sebagai independen terhadap Y sebagai variabel dependen. Hasil regresi seperti yang ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.9
Hasil uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,526	1,669		2,712	,008
	Pelayanan Karyawan	,641	,082	,600	7,844	,000
	Program Maskapai	,475	,124	,294	3,844	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data output SPSS 26, 2023

Dalam penelitian ini digunakan hasil uji regresi yang unistandardized dikarenakan untuk menyamakan ukuran variabel independen yang tidak sama. Keuntungan menggunakan hasil regresi yang unistandardized yaitu mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen. Selain itu hasil uji regresi yang unistandardized digunakan karena ingin melihat tingkat prioritas.

Dari table koefisien regresi tersebut di atas, hasil analisis yang tersedia kemudian disusun kedalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 4,526 + 0,641X_1 + 0,475X_2 + e$$

Dari hasil persamaan tersebut, dapat dijelaskan untuk masing-masing komponen persamaan sebagai berikut :

Jika seluruh variable bebas memiliki nilai yang *constant* atau sama dengan nol (0), maka variable kepuasan konsumen akan memiliki nilai 4,526.

- a. Jika variable pelayanan karyawan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sementara variable bebas lainnya bernilai *constant* atau sama dengan nol (0), maka

variable kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.641 satuan.

- b. Jika variable program maskapai mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dan variable bebas lainnya dianggap memiliki nilai yang *constant* atau sama dengan nol (0), maka variable kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,475 satuan.

Dari struktur persamaan tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variable bebas memiliki nilai yang positif sehingga pengaruh yang diberikan terhadap variable terikat adalah positif. Hal ini berarti bahwa masing-masing variable pelayanan karyawan dan program maskapai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

1. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis secara parsial digunakan uji T yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri dalam menjelaskan variabel terikat sehingga diketahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dari kedua variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui pengujian secara parsial (uji t) berdasarkan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Nilai $t_{hitung} \geq t_{table}$ pada α 5% atau Nilai t_{hitung} pada $p-value \leq 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Nilai $t_{hitung} \leq t_{table}$ pada α 5% atau Nilai t_{hitung} pada $p-value \geq 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dalam menentukan nilai t_{table} , maka nilai $n-k$ harus diketahui terlebih dahulu. Nilai n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Berdasarkan kedua nilai tersebut maka diperoleh hasil bahwa jumlah responden sebanyak 100 (n) dan jumlah variabel penelitian adalah sebanyak 3 (k), sehingga hasil $n-k$ adalah 97. Oleh karenanya, nilai t_{table} pada penelitian ini merujuk pada nilai yang ada di kolom 97 pada table t untuk tingkat signifikansi 0,05. Dari table t diperoleh hasil bahwa t_{table} pada penelitian ini adalah 1,984. Uji T dapat diketahui berdasarkan data pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil uji secara parsial (Uji T)

Variabel	T hitung	T tabel	Signifikansi
Pelayanan Karyawan	7,844	1,984	0,000
Program Maskapai	3,844	1,984	0,000

Sumber : Data kuesioner diolah, 2023

Adapun perbandingan antara t_{table} dan t_{hitung} yang ada pada t_{table} diatas (koefisien regresi) di atas, serta disesuaikan dengan standard pengambilan keputusan hipotesis maka diperoleh penjelasan sebagai berikut :

a. Pengujian hipotesis pertama (H1)

Diketahui Nilai t hitung pada variabel pelayanan karyawan (X_1) adalah 7,844 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $7,844 >$ nilai t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel pelayanan karyawan(X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Hipotesis 1 diterima.

b. Pengujian hipotesis kedua (H2)

Diketahui Nilai t hitung pada variabel program maskapai (X_2) adalah 3,844 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $3,844 >$ nilai t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel program maskapai (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

Hipotesis 2 diterima.

Selanjutnya, untuk menguji pengaruh secara simultan di dalam penelitian ini maka dilakukan dengan menggunakan *Anova* (uji F) berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, sebagai berikut:

1. Nilai $F_{hitung} \geq F_{table}$ dengan taraf signifikansi 5% , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Nilai $F_{hitung} \leq F_{table}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F bertujuan untuk menguji apakah varian populasi kedua sampel tersebut sama ataukah berbeda secara signifikan. Untuk menunjukkan apakah keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tak bebas. Adapun hasil uji simultan pada penelitian ini, diperoleh table *Anova* sebagai berikut:

Tabel 4.11

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	710,542	2	355,271	103,147	,000 ^b
	Residual	334,098	97	3,444		
	Total	1044,640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Program Maskapai, Pelayanan Karyawan

Sumber : Data output SPSS 26, 2023

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Sebelum dilakukan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} berdasarkan pada table *Anova* di atas, maka perlu diketahui terlebih dahulu F_{tabel} yang akan digunakan sebagai pembanding. Untuk memperoleh F_{tabel} pada table F, maka nilai $(k; n-k)$ harus ditentukan.

Nilai k adalah jumlah variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 2 ($k=2$) dan nilai n adalah jumlah responden pada penelitian ini, yaitu sebesar 100 responden. Dari hal tersebut diperoleh nilai $(k; n-k)$ adalah $(2; 98)$, sehingga nilai F_{tabel} pada table F merujuk pada baris 3 dan kolom 98 yaitu sebesar 3,09.

Dengan diperolehnya nilai F_{tabel} yaitu sebesar 3,09, maka pengambilan keputusan dapat dilakukan. Berdasarkan table *Anova* tersebut di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $103,147 > F_{tabel}$ yaitu sebesar 3,09 pada tingkat signifikansi $0,000 < sig. 0,05$.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Oleh karenanya, hipotesis “pelayanan karyawan dan program maskapai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”, dapat diterima.

Hipotesis 3 diterima

Pembahasan

1. Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh hasil secara statistic bahwa variable pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air. Hal initerbukti melalui hasil uji statistic yang menunjukkan bahwa koefisien regresi variable ini adalah bernilai positif 7,844 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $7,844 >$ nilai t tabel $1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hayatul Millah dan Hamdiah Suryana (2020) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Alfamart di desa karangbong kecamatan pajrakan). Hasil penelitian menunjukkan kualitas karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Begitu juga penelitian yang dilakukan Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani (2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dansimultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh program maskapai terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh hasil secara statistic bahwa variable program maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air. Hal ini terbukti melalui hasil uji statistic yang menunjukkan bahwa koefisien regresivariable ini adalah bernilai positif sebesar 3,844 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $3,844 >$ nilai t tabel $1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$. Program merupakan perangkat data/perencanaan yang dirumuskan dalam bentuk perencanaan-perencanaan (Wikipedia.com). Sedangkan Menurut *Hans Hochholzer* dalam E Hetzer (2012), Program merupakan kumpulan kegiatan nyata, sistematis, dan terpadu yang dilaksanakan oleh suatu atau beberapa instansi pemerintah dalam rangka kerjasama dengan swasta dan masyarakat guna mencapai tujuan dan sarana yang ditetapkan. Suatu program disusun berdasarkan atas tujuan ataupun target yang ingin dicapai. Susunan perencanaan programprogram tersebut disebut sebagai program kerja. Menurut hal yang diungkapkan oleh Zeithaml & Bitner (2008) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan. Adapun Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari

bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

3. Pengaruh secara simultan antara pelayanan karyawan dan program maskapai terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh hasil secara statistic bahwa pelayanan karyawan dan program maskapai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air. Hal ini terbukti melalui hasil uji statistic yang menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar $103,147 > Ftabel$ yaitu sebesar $3,09$ pada tingkat signifikansi $0,000 < sig. 0,05$. PT. Sriwijaya Air Makassar juga merupakan salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang penerbangan pesawat terbang maka dari itu setiap program-program pekerjaan yang di keluarkan perusahaan harus dengan kesepakatan karyawan agar bisa melancarkan pekerjaan karyawan ataupun maskapinya. maskapai penerbangan adalah sebuah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Mereka menyewa atau memiliki pesawat terbang untuk menyediakan jasa tersebut dan dapat membentuk kerja sama atau aliansi dengan maskapai lainnya untuk keuntungan bersama. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Karena, semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpeluang berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan hingga saat ini telah menjadi bagian integral dalam visi, misi, tujuan, positioning statement, dan berbagai hal lainnya dalam sebuah perusahaan yang dibahas secara lengkap pada buku Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air. Diketahui Nilai t hitung pada variabel pelayanan karyawan (X_1) adalah $7,844$ dengan tingkat signifikansi $0,000$. Karena nilai t hitung $7,844 >$ nilai t tabel $1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel pelayanan karyawan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan konsumen(Y).

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel program maskapai terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sriwijaya Air. Diketahui Nilai t hitung pada variabel program maskapai (X2) adalah 3,844 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $3,844 >$ nilai t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi $0,000 <$ probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel program maskapai (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).
3. Berdasarkan nilai koefisien regresi variabel pelayanan karyawan dan program maskapai secara simultan dapat mempengaruhi kepuasankonsumen pada PT. Sriwijaya Air. Nilai k adalah jumlah variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 2 ($k=2$) dan nilai n adalah jumlah responden pada penelitian ini, yaitu sebesar 100 responden. Dari hal tersebut diperoleh nilai ($k; n-k$) adalah (2; 98), sehingga nilai Ftabel pada table F merujuk pada baris 3 dan kolom 98 yaitu sebesar 3,09. Dengan diperolehnya nilai Ftabel yaitu sebesar 3,09, maka pengambilan keputusan dapat dilakukan. Berdasarkan table *Anova* tersebut di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar $103,147 >$ Ftabel yaitu sebesar 3,09 pada tingkat signifikansi $0,000 <$ sig. 0,05.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variable terikat. Oleh karenanya, hipotesis “pelayanan karyawan dan program maskapai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”, dapat di

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Arif Ferdian. 2018. *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Persepektif Islam (Skripsi)*. Lampung (ID): Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Andang, Susanto. *Statistik untuk Ekonomi dan Bisnis Islam*, Yogyakarta: PustakaPelajar, 2017.
- Astuti, P. P., & Irfan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warkop 51 Daya di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Prioritas*, 3(3), 119-127.
- Haq. Dinul (2021). *Pengaruh Pemasaran Digital Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus mahasiswa Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar Angkatan 2017-2020)*.
- Irfan, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Terhadap Penigkatan Volume Penjualan Pada PT. Clarimond Astro Makassar. *YUME: Journal of Management*, 4(2).
- Irfan, A., Mahfudnurnajamuddin, M., Hasan, S., & Mapparenta, M. (2020). The effect of destination image, service quality, and marketing mix on tourist satisfaction and revisiting decisions at tourism objects. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(8), 727-740.

- Irfan, A., Nuryadin, A., & Alim, A. (2023). The Influence of Location and Price on Shopping Decisions at Practical Gelael Makassar. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 191-199.
- Irfan, A., Latif, N., & Ismail, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor AJB Bumiputera 1912 Cabang Ujung Tanah. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 171-178.
- Hardianti Rukayya, Andi. (2016). *Pengaruh Sumber Daya Manusia, Sarana, Prasarana, Serta Pelayanan, Terhadap Efisiensi Kerja Pada Dinas Tata Ruang Dan Kebersihan Kabupaten Jennepono*. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi-Amkop Makassar.
- Hetzer, E. 2012. *Central and Regional Government*, Jakarta: Gramedia.
- Iqbal, Muh. 2019. *Pengaruh Kinerja Staf Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar*. Prodi Manajemen Stie Amkop Makassar.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt. sucofindo batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232-243.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manurug, Parasian. 2017. *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Ulang Di Alfamart Dan Indomaret (Skripsi)*. Lampung (ID): Universitas Lampung.
- Millah, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 134-142.
- Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar*. *Jurnal Manajemen*. Vol. 3, No. 1.
- Septiana dan Oey Hannes Widjaja. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan pada PT. Jocelyn Anugrah Jaya*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta,
- Suprihati (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perusahaan Sari Jati Di Sragen*. STIE AAS Surakarta.