

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa

Hilda Patricia Noviantika<sup>1\*</sup>, Djoko Widagdo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: [21091406@students.sttkd.ac.id](mailto:21091406@students.sttkd.ac.id)\*

**Abstract.** Wings Air is a low-cost airline in Indonesia and is a subsidiary of the company PT. Lion Grub. The purpose of this research is to determine the influence of service quality and brand image variables on passenger satisfaction with Wings Air at Sultan Muhammad Kaharuddin Airport, Sumbawa, both partially and simultaneously. The method used is a quantitative method with non-probability sampling and purposive sampling techniques distributed through a questionnaire of 100 respondents. This research instrument uses a Likert scale with 22 statements according to the indicators of each variable. This research uses SPSS for descriptive analysis and testing classical assumptions and hypothesis testing, namely multiple linear regression analysis tests. The service quality variable gets a  $t$ -count  $>$   $t$ -table result of  $2,809 > 1,984$  with a significance value of  $0,006 < 0,05$  and the brand image variable gets a  $t$ -count  $>$   $t$ -table value of  $2,313 > 1,984$  with a significance value of  $0,023 < 0,05$ . The results of this research indicate that the variables of service quality and brand image have a partial effect on passenger satisfaction. The variables of service quality and brand image simultaneously influence passenger satisfaction with an  $f$ -count  $>$   $f$ -table value of  $10,975 > 3,09$  and a significance of  $0,000 < 0,05$  with an influence size of 16.8%.

**Keywords:** Applicant Satisfactio, Brand Image, Service Quality

**Abstrak.** Wings Air adalah maskapai berbiaya rendah di Indonesia dan merupakan anak dari perusahaan PT. Lion Grub. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan penumpang Maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa baik secara persial maupun simultan. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan Teknik nonprobability sampling dan purposive sampling disebar melalui kuesioner sebanyak 100 responden. Instrumet penelitian ini menggunakan skala likert dengan 22 pernyataan sesuai dengan indikator masing-masing variabel. Penelitian ini menggunakan SPSS untuk menganalisis deskriptif dan menguji asumsi klasik serta uji hipotesis yaitu uji analisis regresi linear berganda. Pada variabel kualitas pelayanan mendapatkan hasil  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel sebesar  $2.809 > 1.984$  dengan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  dan variabel citra merek mendapatkan nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel sebesar  $2.313 > 1.984$  dengan nilai signifikansi  $0,023 < 0,05$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara persial terhadap kepuasan penumpang. Variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai  $f$ -hitung  $>$   $f$ -tabel sebesar  $10.975 > 3.09$  dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan besar pengaruh sebesar 16,8%.

**Kata kunci:** Kepuasan Pemohon, Citra Merek, Kualitas Layanan

### 1. LATAR BELAKANG

Kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain, dapat berupa Tindakan yang tidak terwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun, (Kotler Dkk., 2020). Perusahaan harus berusaha memberikan pelayanan yang baik sehingga memberikan tingkat kepuasan pula bagi pengguna jasa penerbangan. Hal ini merupakan tujuan dari perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada pengguna jasa penerbangan. Pengguna jasa atau

konsumen akan menggunakan jasa penerbangan yang memberikan dan menerapkan pelayanan yang baik, dan akan menjadi pertimbangan bagi pengguna jasa untuk menggunakannya lagi.

Citra Merek merupakan suatu merek yang dibangun dengan pengalaman konsumen kepada merek tertentu sehingga menghasilkan asosiasi. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa berusaha memperlihatkan citranya, dimana memiliki citra yang baik akan menambah nilai perusahaan serta konsumen akan merasa betah dan senang jika kondisi perusahaan benar-benar memberikan suasana yang nyaman. Citra perusahaan yang baik akan membentuk daya Tarik tersendiri bagi konsumen. Maskapai wings air dalam menawarkan jasa harus berupaya menciptakan citra yang baik agar konsumen merasa nyaman dalam menggunakan jasanya.

Kepuasan penumpang sangatlah penting dimana nantinya akan bergantung pada tindakan pemakaian jasa penerbangan dikemudian hari. Dimana jika para penumpang merasa tidak puas akan pelayanan pada saat para penumpang melakukan check-in tidak menutup kemungkinan para penumpang akan beralih menggunakan moda transportasi lainnya atau hal-hal lainnya yang akan merusak citra baik yang sebelumnya telah dibangun oleh penyedia jasa penerbangan. Sebaliknya jika pelayanan yang diberikan oleh jasa penerbangan memuaskan para penumpang maka akan timbul loyalitas dari penumpang yang mana nantinya para penumpang akan terus menggunakan jasa penerbangan secara terus menerus sehingga citra perusahaan jasa akan semakin hari membaik.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Bandar Udara**

Bandara atau Bandar Udara menurut Undang-Undang No 1 Tahun 2009 tentang penerbangan adalah Kawasan di daratan dan perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara untuk mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang dan tempat perpindahan intra dan antarmoda, yang dilengkapi fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Fasilitas Bandar Udara dalam kegiatan penerbangan di bagi menjadi dua macam, yaitu fasilitas sisi darat (land side) dan fasilitas sisi udara (air side).

### **Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa**

Bandara Sultan M. Kaharuddin yang berada di bawah pengelolaan Unit Penyelenggara Bandar Udara (UPBU) Direktorat Jenderal Perhubungan Udara mulai dikembangkan pada tahun 2016. Pekerjaan yang dilakukan yaitu kegiatan pelebaran apron dan pembuatan taxiway termasuk pengawasan, pembuatan jalan inspeksi dengan aspal concrete, rehabilitasi pagar

bandara, pembangunan terminal baru termasuk pengawasan serta pemenuhan standar runway strip akibat perpanjangan runway.

Selanjutnya pada tahun 2017 dilakukan kegiatan pelapisan runway, taxiway dan apron, reinstalasi ground cable dari PH ke terminal, pembangunan terminal tahap 2, pengadaan conveyor belt, pembangunan gedung terminal baru, penyusunan RTT, penyusunan studi dokumen lingkungan hidup, pembuatan saluran terbuka sisi udara, pengadaan dan pemasangan x-ray baggage dan pengadaan dan pemasangan x-ray cabin.

### **Wings Air**

Sejarah Wings Air adalah Wings Air (Wings Abadi Airlines) merupakan sebuah maskapai penerbangan domestik yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Maskapai ini mulai dioperasikan pada tanggal 13 Juni 2003 dan diresmikan pada tahun yang sama. 100% saham maskapai ini adalah milik Lion Air. Maskapai ini mengoperasikan penerbangan domestik ke seluruh Indonesia dan dua penerbangan internasional ke Malaysia. Dua rute yang sudah dioperasikan adalah rute Medan-Penang dan Pekanbaru- Malaka. Pada tanggal 15 November 2009, Wings Air mengumumkan bahwa mereka telah menandatangani kesepakatan dengan ATR senilai 600 juta USD. Kesepakatan itu melibatkan pesawat 15 ATR 72-500 dengan 15 pilihan lain untuk ATR's new ATR 72-600 aircraft. Pesawat baru ini diperlukan untuk menggantikan McDonnell DOuglas MD-80 yang telah menua. 3 ATR 72-500 pertama dikirim pada Januari 2010 dan diresmikan pada upacara di pusat destinasi turis dan penyelam Manado. Pengiriman pesawat ini selanjutnya diikuti oleh penandatanganan kontak senilai US \$ 600 juta.

### **Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2019) dan Nurgiansah (2020), mengatakan bahwa kualitas layanan berfokus terhadap upaya untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan juga ketentuan penyampaiannya demi memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan.

### **Citra Merek**

Menurut Agmeka dalam Siska Farenzia dan Raymond (2020), citra merek ialah sebuah persepsi konsumen yang terdapat pada ingatan mereka tentang merek tertentu. Menurut Aaker dalam Erni Yunaida (2017) berpendapat bahwa citra merek ialah kumpulanasosiasi yang di organisasikan sebagai suatu berarti. Citra merek sesuai dengan ingatan konsumen mengenai dampak dari apa yang dirasakan dari suatu produk terhadap merek tersebut. Citra merek terbentuk dari perasaan senang atau tidaknya terhadap sebuah merek yang disimpan dalam ingatan seorang konsumen.

## **Kepuasan Penumpang**

Menurut Kasmir (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Tjiptono (2019) kepuasan konsumen adalah evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dependen, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah data yang diperoleh dan diolah secara sistematis yang berarti menggunakan Teknik perhitungan atau *ndepende* untuk mengetahui adanya pengaruh dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan penumpang maskapai wings air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Variabel *ndependent* dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Citra Merek ( $X_1, X_2$ ) dan variabel *dependen* dimana instrument digunakan adalah Kepuasan Penumpang (Y).

#### **Populasi Dan Sempel**

##### **a. Populasi**

Populasi mencakup semua wilayah yang menjadi sumber penelitian. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang keberangkatan *ndepend* di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Menurut data yang didapatkan selama melaksanakan *one the job training* di PT Marpati Angkasa Abadi Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa, keberangkatan *ndepend* dengan rute Sumbawa – Lombok dan Sumbawa – Denpasar selama bulan Agustus dan September 2024, dengan jumlah 6.982 penumpang yang berangkat dari Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil yang dapat disimpulkan bahwa sampel adalah Sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki ciri atau karakteristik yang sama. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan oleh penulis cukup banyak maka penulis menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% (0,1).

### **Teknik Pengumpulan Data**

a. Angket Atau Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan atau sudah disertai jawabannya. Kuesioner adalah pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2019). Sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan jasa pelayanan check-in counter maskapai wings air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah sebuah proses pengolahan data yang telah kita kumpulkan untuk diuji serta mengidentifikasi hubungan dan pola antar variabel serta informasi penting yang terdapat di dalamnya. Dalam kasus ini peneliti akan menguji beberapa hal diantaranya menguji Instrumen yang terdiri dari menguji validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan, menguji Regresi Linear Berganda yang mana di dalamnya terdapat Uji Hipotesis, Uji persial T, Uji simultan F, serta menguji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Sugiyono (2018) untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan Teknik yang paling banyak digunakan. Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel maka bisa dikatakan valid, tetapi jika  $r$  hitung kurang dari pada  $r$  tabel maka dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang diamati. Koefisien reliabilitas diketahui dari besarnya koefisien alpha ( $\alpha$ ). Suatu

variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai independ's alpha > 0,6 . Nilai koefisien reliabilitas yang ditunjuk nilai Cronbach alpha <0,6.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Sugiyono (2019) berpendapat bahwa analisis regresi linier berganda ialah regresi yang mempunyai satu variabel dengan variabel independent lebih dari satu. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

**Tabel 1**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.242	3.043		3.366	.001		
	Kualitas Pelayanan	.195	.069	.281	2.809	.006	.840	1.191
	Citra Merek	.251	.109	.231	2.313	.023	.840	1.191

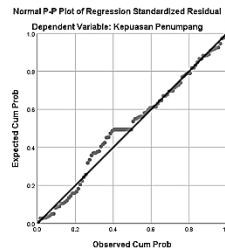
a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dapat mewakili atau dapat mendekati kenyataan yang ada. Suatu model regresi dikatakan baik jika model tersebut terbebas dari yang Namanya asums-asumsi klasik. Uji asumsi klasik menurut Ghazali (2018) meliputi uji normalitas, uji heteroskedstisitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji linearitas.

### a. Uji normalitas

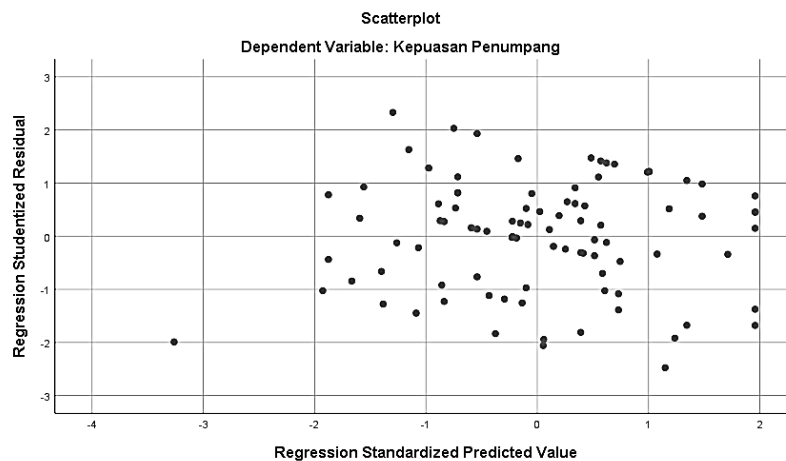
Uji normalitas menurut Ghazali (2019), bertujuan untuk mengetahui apakah yang digunakan penelitian mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Tujuan dari digunakannya uji normalitas yaitu untuk menguji apakah model regresi, dari variabel residul memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik apabila memiliki nilai data variabel bebas dan variabel terikat yang berdistribusi mendekati normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini memakai Normal Probability Plot. Untuk mengetahui normalitas bisa dengan memperhatikan sebaran titik pada suatu sumbu diagonal grafik. Uji normalitas data digunakan uji Kolmogorov-Smirnov pada program SPSS dengan taraf sig. >0,05 berarti data tersebut berdistribusi normal, tetapi apabila nilai sig. <0,05 berarti data tersebut tidak berdistribusi normal.



Gambar 1.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2019), bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjalin ketidaksamaan variance dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain. Persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai atau tidak varians dari residul dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residulnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Maka hasil uji ini dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi layak digunakan.



Gambar 2.

### c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menurut Ghozali (2019), autokorelasi ini dipakai untuk menguji adakah korelasi antara counfounding error periode t dengan confounding error periode t-1 (periode sebelumnya) dalam model regresi. Uji autokorelasi yang peneliti gunakan adalah uji run test yang dimana pengujian ini didapatkan hipotesis jika antar residual tidak ada hubungan korelasi maka residual tersebut adalah acak atau random. Uji run test dikatakan tidak ada autokorelasi jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

**Tabel 2**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.12539
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	57
Z	1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)	.228

a. Median

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Ghazali (2019), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas ( independent). Suatu model regresi dikatakan baik seharusnya tidak terjadi yang namanya korelasi antara variabel dependent, dengan itu uji multikolinieritas dengan cara pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas.

**Tabel 3**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.242	3.043		3.366	.001		
	Kualitas Pelayanan	.195	.069	.281	2.809	.006	.840	1.191
	Citra Merek	.251	.109	.231	2.313	.023	.840	1.191

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

e. Uji Linearitas

Menurut Prasetyo dalam Kadek Widiyarta dkk (2017), uji linearitas bertujuan untuk mengetahui sudah benar atau tidaknya model yang dipakai, apakah fungsi yang dipakai pada suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas bisa dilihat dari data SPSS pada kolom Linearity di ANOVA tabel dengan taraf signifikan linear <0,05.

**Tabel 4**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Penumpang * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	346.873	19	18.256	1.462	.123
		Linearity	187.853	1	187.853	15.038	.000
		Deviation from Linearity	159.021	18	8.834	.707	.794
	Within Groups		999.317	80	12.491		
Total		1346.190	99				

**Tabel 5**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Penumpang * Citra Merek	Between Groups	(Combined)	335.756	13	25.827	2.198	.016
		Linearity	159.130	1	159.130	13.544	.000
		Deviation from Linearity	176.626	12	14.719	1.253	.262
	Within Groups		1010.434	86	11.749		
Total		1346.190	99				



#### 4. Uji Hipotesis

Untuk mempermudah proses perhitungan dan untuk mendapatkan variabel hasil analisis data, maka proses perhitungan dan pengujian hipotesis akan dilakukan dengan bantuan program Statistical Product Service Solution (SPSS) for windows release 20.0, dan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh.

##### a. Uji Persial (Uji T)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependent secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2016). Uji-t dipergunakan untuk menguji secara persial setiap variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Uji ini digunakan untuk menjawab hipotesis 1 dan 2. Hasil dikatakan berpengaruh signifikansi apabila nilai  $\text{sig} < \alpha$  (0,05), tetapi jika nilai  $\text{sig} > \alpha$  (0,05) berarti dikatakan tidak berpengaruh.

Tabel 6

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.242	3.043		3.366	.001		
	Kualitas Pelayanan	.195	.069	.281	2.809	.006	.840	1.191
	Citra Merek	.251	.109	.231	2.313	.023	.840	1.191

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

##### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui variabel independent atau bebas yang dimasukkan ke dalam model ada pengaruh atau tidak secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali 2016). Kriteria uji F adalah apabila nilai f hitung  $>$  f tabel atau nilai sig.  $<$ 0,05 maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya variabel dependent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dan apabila nilai f hitung  $<$  f tabel atau nilai sig.  $>$  0,05 maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 7

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248.405	2	124.203	10.975	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1097.785	97	11.317		
	Total	1346.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang  
b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan

##### c. Koefisien determinasi $[(R)]^2$

Koefisien determinasi  $[(R)]^2$  mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent terhadap variabel dependen atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1 nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-

variabel independent memberikan hampir semua variasi variable dependen dan model semakin tepat (Bahri, 2018).

Tabel 8

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 <sup>a</sup>	.185	.168	3.36413
a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang				

## Pembahasan

Hasil dari analisis hipotesis satu yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings Air diperoleh nilai signifikan  $< 0,05$  ( $0,006 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan penumpang akan meningkat. Hasil dari uji hipotesis kedua yaitu pengaruh citra merek terhadap kepuasan penumpang pada maskapai Wings Air diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.313 > 1.984$ ) atau signifikan  $< 0,05$  ( $0,023 < 0,05$ ). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Sehingga dapat diartikan bahwa dengan adanya citra merek yang baik, akan berdampak pada persepsi pelanggan dimana pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Berdasarkan dari hasil uji  $F$  didapat nilai  $F$  hitung  $10.975 > F$  tabel  $3,09$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil yang didapat bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan hasil uji koefisien yaitu besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings Air diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 16,8%.

## 5. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji persial (uji t) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang bernilai T hitung  $>$  T tabel sebesar  $2.809 > 1.984$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$  yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara persial terhadap Kepuasan Penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Dalam hal ini H1 diterima.

2. Berdasarkan hasil uji persial t (uji t) Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Penumpang

Dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Penumpang bernilai T hitung  $>$  T tabel sebesar  $2.313 > 1.984$  dengan nilai signifikan secara persial terhadap Kepuasan Penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Dalam hal ini H2 diterima.

3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f)

Dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Penumpang bernilai F hitung  $>$  F tabel sebesar  $10.975 > 3,09$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa. Dalam hal ini H3 diterima.

4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi

Terdapat hasil besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Penumpang maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin Sumbawa yaitu mencapai 16,8% dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Merek maskapai Wings Air sudah baik dan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.
- Atmaja, D. C. P. N., & Rahyuda, K. I. (2016). Pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna penerbangan domestik GIA di Denpasar. *Ekuitas*, 15(3).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi penelitian bisnis lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Baker, S., & Edwards, G. (2015). Efficient design in passenger check-in areas: Reducing stress and enhancing travel experience. *Journal of Transportation Management*, 12(4), 213–227.
- Crismonita, R., & Prihatini, E. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan maskapai Lion Air PT Lion Mentari Airlines (Studi pada penumpang maskapai Lion Air rute Semarang–Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4).
- Damalang, G. P. P., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Manado. *Productivity*, 2(4), 299–303.
- Farenzia, S., & Raymond. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa transportasi online Grab. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 33(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Desain penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harris, C. M., Shortle, J. F., Thompson, J. M., & Gross, D. (2018). *Fundamentals of queueing theory* (Vol. 399). New York: John Wiley & Sons.
- Kasmir. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktek)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *Marketing strategy in the digital age: Applying Kotler's strategies to digital marketing*. New Jersey: World Scientific.
- Laksana, F. (2018). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Maryanti, W. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan check-in counter terhadap kepuasan penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok (Skripsi, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan)*. Retrieved from <https://digilib.sttkd.ac.id/651/>
- Miati, I. (2020). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian kerudung Deenay (Studi pada konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2).
- Nurani, C. P. V., & Suwitho. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(7).
- Nurgiansah, T. H. (2020). *Filsafat pendidikan* (Vol. 13). Jakarta: Salema Empat.
- Pamungkas, S., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh tarif, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan Citilink. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1).

- Pemerintah Pusat. (2009). *Undang-Undang (UU) Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. LN. 2009/No. 96, TLN NO. 5025, LL SETNEG: 143 HLM.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan*. Indonesia: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pendi, P. (2016). *Kupas tuntas penerbangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pramono, W., & Adiwijaya, M. (2019). Pengaruh citra merek, kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian tiket Lion Air. *Agora*, 7(2).
- Rahmayati, S. (2018). Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, harga terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia Airlines di Bandar Lampung.
- Ravitaningsun, A. S. (2018). *Analisis kualitas pelayanan pada maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia). Retrieved from <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/11294>
- Saktiani, A. G. (2015). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dan word of mouth. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2).
- Suarantb.com. (2024). Pertumbuhan penumpang di Bandara Sumbawa capai 150 persen. *Suarantb.Com*. Retrieved from <https://suarantb.com/2024/09/13/pertumbuhan-penumpang-di-bandara-sumbawa-capai-150-persen/>
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian: Edisi revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sukirno, S. (2017). *Pengantar bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Sulaksana, W. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta* (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Retrieved from <https://repository.usd.ac.id/12023/>
- Sutarwati, S., & Dewi, L. A. (2016). Pengaruh kinerja petugas check-in counter PT Garuda Angkasa terhadap kepuasan penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. *Ground Handling Dirgantara*, 3(1), 14–24.
- Syaputraa, A., & Zuniarti, D. (2020). Pengaruh kinerja petugas terminal service terhadap kepuasan penumpang. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 224–232.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjokrowibowo, L. (2013). Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam rangka membangun minat transaksi ulang (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 12(2).

- Wiwiek, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan check-in counter terhadap kepuasan penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok. *Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta*.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh brand image (citra merek) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2).