

# PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN BANDARA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG SELAMA BERADA DI BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA

Nungky Puspita<sup>1</sup> dan Lukman Hakim<sup>2</sup>

1. Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila

2. PT. Angkasa Pura II

## Abstract

*This study aims to investigate the effect of service quality on passengers' satisfaction at the Soekarno-Hatta International Airport. The method used is multiple regression analysis to examine the effect of servicescape, service personnel and service providers on passengers' satisfaction. Primary data was gathered from 100 respondents who filled the questionnaires while waiting for their flights at the Soekarno-Hatta International Airport. The results of this study showed that spatial layout and functionality, as well as attitude and expertise significantly influence passengers' satisfaction. In addition, other factors namely maintenance and leisure also have significant effect on passengers' satisfaction.*

**Keywords:** *service quality (servicescape, service personnel and service provider), passengers' satisfaction*

## PENDAHULUAN

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan moda transportasi yang cepat dan efisien serta semakin berkembangnya perusahaan penerbangan dengan berbagai kemudahan yang diberikan kepada konsumen seperti konsep *low cost carrier* dan pembelian tiket *on line*, telah menyebabkan beralihnya pengguna moda angkutan darat dan laut ke moda angkutan udara (Airport Council International, 2008). Hal ini mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah penumpang yang mencapai puncaknya terutama pada saat *peak season* seperti liburan sekolah, Hari Raya dan Tahun baru.

Jumlah pergerakan penumpang saat ini telah mencapai dua kali lipat dari kapasitas yang tersedia, yaitu 44,3 juta penumpang per tahun yang dilayani 14 maskapai pada jalur penerbangan domestik dan 41 maskapai di rute internasional. Sedangkan kapasitas terminal yang tersedia hanya untuk melayani 22 juta penumpang per tahun.

Melihat jumlah penumpang Bandara Soekarno-Hatta yang sudah mencapai 51 juta orang pada 2011, bandara ini menempati urutan tertinggi ke-12 dari 30 bandara di dunia dari sisi jumlah penumpang (antaranews.com, 2012)

Jumlah penumpang yang terus meningkat tentu saja harus diimbangi dengan pelayanan yang prima dari pengelola bandara. Bandara sebagai tempat singgah dan bertemunya penumpang, harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan memberikan kepuasan seperti yang diinginkan penumpang (Aeroporti di Roma S.p.A., 2007; Bomenbelit, 2005). Kepuasan penumpang tersebut diperoleh dengan adanya perbaikan secara menyeluruh terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan kepada mereka (Yeh and Kuo, 2004).

Kualitas pelayanan ditentukan oleh perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dari suatu jasa layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual dari penyedia jasa. Jika antara

persepsi yang dirasakan lebih kecil dari harapan pelanggan maka akan terjadi ketidakpuasan pelanggan (*dissatisfaction*). Sebaliknya, jika persepsi yang dirasakan pelanggan lebih besar dari harapannya maka akan terjadi kepuasan pelanggan (*satisfaction*) (Zeithaml & Berry, dalam Kien Quoc, Van Pham dan Simpson, 2006). Banyak hal yang membuat penumpang merasakan kepuasan, salah satunya adalah pelayanan berkualitas yang diberikan oleh bandara. Dalam industri bandara, kualitas pelayanan bandara (*airport service quality*) diperoleh dari pengalaman penumpang mendapatkan pelayanan selama berada di bandara (Herek, 2007)

Terdapat tiga hal dominan yang mempengaruhi penilaian penumpang terhadap *airport service quality* yaitu *servicescape*, *service personel* dan *service provider* (Brady dan Conin, 2001). *Servicescape* merupakan faktor fisik yang dapat dikendalikan oleh penyedia jasa yang memfasilitasi kebutuhan konsumen pada saat terjadinya pelayanan sehingga menimbulkan persepsi terhadap *service quality*. Biasanya *servicescape* merupakan hal fisik yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh penumpang ketika mereka berada di bandara seperti *spatial layout & functionality*, *ambience conditions*, dan *signs & symbol* (Bitner, 1992)

Faktor selanjutnya adalah *service personel* yang merupakan pelayanan yang bersifat personal yang diberikan oleh penyedia jasa yang diterima oleh penumpang (Bomenblit, A., 2005). *Service personel* mengacu pada dimensi yang disampaikan oleh Parasuraman et al. (1988), yaitu *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* dan *reliability*. Dalam hal ini *service personel* lebih menjelaskan kepada persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan petugas bandara yaitu *attitude*, *behaviour* dan *expertise* (Brady dan Conin, 2001).

Faktor yang terakhir adalah (*service provider*) dimana persepsi penumpang terbentuk pada saat mereka melakukan kegiatan dan menghabiskan waktu di bandara (AETRA, 2006). Csikszentmihalyi

& Graef; Larson & Richards dalam Graham A, (2005) mengidentifikasi tiga jenis kegiatan yang dilakukan penumpang ketika mereka di bandara yaitu:

1. **Productivity.** *Productivity* menjelaskan kegiatan penumpang selama menghabiskan waktu di bandara yang berhubungan dengan produktifitas mereka dalam bepergian, apakah untuk tujuan pekerjaan, belajar atau sekedar *travelling*. Pengelola bandara harus bisa menyediakan pelayanan yang dapat memenuhi atau memfasilitasi keinginan mereka tersebut, seperti tersedianya tempat *meeting*, tersedianya *business centre*, tersedianya ruangan yang tenang untuk membaca dan belajar hingga tersedianya fasilitas internet (Chen, 2004).
2. **Maintenance.** *Maintenance* berkaitan dengan aktivitas penumpang yang berhubungan dengan kebutuhan pribadi penumpang seperti tersedianya restoran untuk makan dan minum, fasilitas kursi roda/*wheel chair* untuk orang cacat, tersedianya ruang istirahat, hingga ruangan untuk menyusui (*nursery room*) (Quilty, 2003).
3. **Leisure.** *Leisure* berkaitan dengan kegiatan penumpang yang berhubungan dengan kesenangan atau kesukaan mereka, seperti tersedianya *shopping centre*, tersedianya ruangan untuk menonton dan mendengarkan musik, dan lainnya (Csikszentmihaly, 2000).

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Airport Service Quality*

Brown (2000) dan Parasuratman et al. (1988) menjelaskan *service quality* merupakan sikap dari perbandingan antara harapan dan kinerja. *Service quality* ditentukan oleh perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dari suatu jasa layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual dari penyedia jasa (Parasuraman, Zeithaml &

Berry, 1985, 1988). Jika antara persepsi yang dirasakan lebih kecil dari harapan konsumen maka akan terjadi ketidakpuasan konsumen (*dissatisfaction*). Jika persepsi yang dirasakan konsumen lebih besar dari ekspektasinya maka akan terjadi kepuasan konsumen (*satisfaction*).

### ***Servicescape***

Berbagai penelitian tentang pengaruh lingkungan fisik terhadap kualitas pelayanan telah dilakukan di berbagai bidang industri, seperti restoran (Rys et al, 1987), toko retail (Dabholkar et al, 1996) dan berbagai industri pelayanan lainnya (Brady dan Conin, 2001). Lingkungan fisik atau yang biasa disebut dengan *servicescape* merupakan produk pelayanan berwujud yang memberikan kesan di pikiran konsumen. *Servicescape* merupakan faktor fisik yang memfasilitasi kebutuhan konsumen pada saat terjadinya pelayanan sehingga menimbulkan persepsi terhadap *service quality* (Bitner, 1992). *Servicescape* mempunyai pengaruh terhadap pelayanan yang diberikan secara keseluruhan dan memberikan kesan emosional di benak konsumen (Fisher, 2005).

1. ***Spatial Layout & Functionality.*** *Spatial layout* berhubungan dengan pengaturan ruangan, peralatan, perlengkapan dan *furniture* sehingga tertata rapih dan menimbulkan kesan positif bagi konsumen. Sedangkan *functionality* berkaitan dengan kegunaan dari fasilitas yang ada yang dapat memfasilitasi pelayanan dan memberikan kemudahan bagi konsumen (Fisher, 2005).
2. ***Ambient Condition.*** *Ambient condition* seperti temperatur udara, cahaya, suara, musik serta aroma turut mempengaruhi persepsi penumpang terhadap pelayanan di bandara (Bitner, 1992).
3. ***Signs & symbols*** menjelaskan penunjuk dan tanda yang mudah dimengerti dan dipahami oleh penumpang dan dapat

dapat digunakan sebagai label (misalnya nama perusahaan penerbangan, nama departemen), penunjuk arah (pintu masuk, pintu keluar, *gate*) (Callan dan Kyndt, 2006).

### ***Service Personnel***

Dimensi kedua dari *airport service quality* adalah *service personnel*, yang berkaitan dengan interaksi antara karyawan bandara dengan penumpang (Bitner, 1990, 1992; Brady dan Conin, 2001; Brown dan Swartz, 2000, Debholkar et al., 1996; Grootenboer, 1999; Saleh dan Ryan, 2001). Sifat jasa dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan (*inseparability*) membuat interaksi yang terjadi antara karyawan dengan penumpang selama proses transfer jasa menjadi sangat berpengaruh terhadap persepsi penumpang pada kualitas jasa (Grönroos, 1999) dan ini membuat karyawan berperan penting dalam proses jasa. Karyawan bandara merupakan bagian integral perusahaan yang mewakili perusahaan dalam berinteraksi dengan penumpang. Oleh karena itu kinerja karyawan akan menentukan apakah penyedia jasa tersebut mampu memberikan suatu jaminan atau *assurance* akan tercapainya keinginan penumpang (Motimer, 2003).

### ***Service Provider***

Industri bandara sangat peka dengan waktu. *Schedule* keberangkatan dan kedatangan pesawat telah disusun dengan rapi mengacu pada aturan yang telah ditetapkan IATA (International Air Transport Association), (2006). Karena itu penumpang disarankan untuk tiba lebih awal di bandara, antara satu sampai dua jam untuk menghindari terjadinya hal yang tidak diinginkan. Faktor-faktor seperti terjadinya keterlambatan dan pembatalan pesawat, pemeriksaan sekuriti membuat penumpang makin lama berada di bandara. Komitmen penumpang terhadap waktu tersebut membuat penumpang banyak menghabiskan waktunya di bandara. Selama

menghabiskan waktunya di bandara tentu saja mereka menginginkan pelayanan yang dapat mengakomodir kebutuhan mereka, sehingga waktu menunggu menjadi tidak terasa dan tidak menimbulkan kekesalan. Persepsi penumpang terbentuk pada saat mereka melakukan kegiatan dan menghabiskan waktu di bandara (Darko, 1999).

### ***Passengers' Satisfaction***

Memuaskan kebutuhan dan keinginan penumpang pesawat udara bukanlah hal yang mudah, namun bukan berarti sulit untuk dilakukan. Hal ini disebabkan kebutuhan dan keinginan penumpang selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Terlebih lagi dengan industri bandara yang sangat peka dengan teknologi, waktu dan harga, dimana harga tiket pesawat yang mahal harus sebanding dengan waktu tempuh yang relatif singkat dan pelayanan serta fasilitas yang diterima penumpang. Dengan demikian memberikan pelayanan maksimal yang mampu menciptakan kepuasan adalah tanggung jawab dari semua pihak yang terlibat dalam pengelolaan bandara (Yeh dan Kuo, 2004).

### **HIPOTESIS**

Terdapat tiga hal dominan yang mempengaruhi penilaian penumpang terhadap *airport service quality* yaitu *servicescape*, *service personel* dan *service provider* (Brady dan Conin, 2001). Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Bitner (1992) dijelaskan bahwa *servicescape* meliputi tiga sub dimensi yaitu *spatial layout & functionality*, *ambience conditions*, dan *signs & symbol*. *Spatial layout & functionality* berhubungan dengan pengaturan ruangan dan fungsinya serta merupakan dua elemen penting yang tidak terpisahkan dan berperan dalam menimbulkan persepsi di benak penumpang. *Spatial layout & functionality* mampu membangun *image* bandara serta mempengaruhi secara psikologis dalam perjalanan penumpang (Baker et al., 1994, Brady dan Conin, 2001,

Dabholkar et al., 1996). Oleh karenanya hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1a : *Spatial layout & functionality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

*Ambient conditions* seperti ruangan yang bersih dan harum, tata suara yang jelas terdengar, pencahayaan yang terang dan alunan musik akan memberikan rasa yang nyaman kepada penumpang selama mereka di bandara dan membuat perjalanan mereka menjadi menyenangkan (Milliman, 1998). Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah:

H1b : *Ambient conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

*Signs & symbols* sangat berperan dalam memberikan arah dan penunjuk yang jelas mengenai tempat dan hal-hal lain yang dibutuhkan penumpang (Callan dan Kyndt, 2004). *Signs & symbols* membuat komunikasi akan menjadi jelas secara visual dan sangat memberikan kemudahan bagi penumpang dalam mencari pelayanan di bandara yang sesuai dengan kebutuhannya (Debholkar et al., 1996). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah:

H1c : *Signs & symbols* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

*Service personel* berkaitan dengan proses interaksi antara karyawan bandara dengan penumpang, terutama terhadap pelayanan yang diberikan petugas bandara dalam hal cara bersikap (*attitude*), berperilaku terhadap penumpang (*behavior*) dan keahlian yang dimiliki (*expertise*) yang dapat memenuhi keinginan dan memberikan kepuasan bagi penumpang (Gronroos, 1999.) Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2a : *Attitude* dari karyawan bandara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H2b : *Behaviour* dari karyawan bandara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H2c : *Expertise* dari karyawan bandara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

*Service provider* mengacu pada pelayanan yang ditawarkan dan disediakan oleh bandara itu sendiri, dalam hal ini dilakukan oleh pengelola bandara, kepada penumpang selama mereka berada di bandara (Csickszentmihalyi, 2002). Ada tiga jenis kegiatan yang dilakukan penumpang ketika mereka di bandara seperti yang diidentifikasi oleh Larson & Richards (1994) yaitu *productivity maintenance* dan *leisure*. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3a : *Productivity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H3b : *Maintenance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H3c : *Leisure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah survey yang bertujuan untuk menguji pengaruh *servicescape, service personnel dan service provider* terhadap *passengers' satisfaction* pada bandara internasional. Pada umumnya uji hipotesis ini menjelaskan karakteristik dari suatu hubungan tertentu atau perbedaan-perbedaan antar kelompok atau independensi dari dua faktor atau lebih dalam suatu situasi (Hermawan, 2006).

## **Sampel dan Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada para penumpang sebagai responden yang berada di Terminal 1, Terminal 2 dan Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta Jakarta. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 120 set, namun yang kembali dan dianggap *valid* untuk diolah hanya 100 set. Persyaratan dari responden yang mengisi kuesioner ini adalah mereka berpengalaman dalam melakukan perjalanan dengan pesawat udara secara reguler.

## **Metode Analisis Data**

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*), yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara lebih dari dua variabel. Regresi berganda adalah suatu metode analisa data untuk mengukur besarnya pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Hidayat, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *spatial layout & functionality, ambience conditions, signs & symbol, attitude, behavior, expertise, productivity, maintenance dan leisure*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *passengers' satisfaction*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang diperoleh dari 100 orang responden maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan:

### **1. Pengaruh signifikan *spatial layout* terhadap *passengers' satisfaction***

Ha1a : Terdapat pengaruh signifikan *spatial layout* terhadap *passengers' satisfaction*.

Ho1a : Tidak terdapat pengaruh signifikan *spatial layout* terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *spatial layout* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai p-value  $0,000 < \text{dari } 0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,546$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) dimana *spatial layout & functionality* dapat memberikan kepuasan bagi penumpang selama berada di bandara. Seperti yang dijelaskan oleh Brandy dan Conin (2001) bahwa *spatial layout & functionality* dapat mempengaruhi perasaan penumpang selamat berada di bandara dan mampu membangun *image* bandara secara keseluruhan. Ketika penumpang tiba di bandara tentunya yang dilihat pertama kali adalah kondisi ruangan/layout bandara itu sendiri. *Layout* bandara yang nyaman disertai dengan kemudahan untuk mendapatkan informasi mengenai tempat-tempat yang dibutuhkan seperti lokasi *gate*, toilet, keteraturan tempat check in, kemudahan pengambilan bagasi dan lainnya akan sangat membantu memudahkan perjalanan penumpang. Ditambah lagi dengan arsitekur bandara yang menarik dan mempunyai ciri khas, tentunya akan mampu memberikan kesan positif dibenak penumpang.

## **2. Pengaruh signifikan *ambient condition* terhadap *passengers' satisfaction***

Halb : Terdapat pengaruh signifikan *ambient condition* terhadap *passengers' satisfaction*.

Ho1b : Tidak terdapat pengaruh signifikan *ambient condition* terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *ambient condition* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai p-value  $0,907 > \text{dari } 0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,009$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$ .

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) yang disebabkan adanya perbedaan tempat penelitian sehingga didapat hasil yang berbeda pula. Penelitian terdahulu dilakukan di bandara internasional yang telah dilengkapi dengan teknologi tingkat tinggi dan mengikuti perkembangan jaman serta penumpangnya telah tereduksi. Meskipun pada penelitian kali ini dilakukan di bandara yang telah memenuhi standar internasional, namun berdasarkan fakta yang ada di lapangan peralatan penunjang penerbangan masih ada yang belum mengikuti perkembangan jaman. Dengan teknologi yang terbatas tersebut, terkadang suara yang dihasilkan PAS (*Public Address System*) pada saat mengumumkan keberangkatan dan kedatangan pesawat menjadi tidak keras dan jelas, sehingga banyak penumpang yang tidak mendengar. Jumlah penumpang yang terus meningkat tidak diimbangi dengan penambahan kapasitas ruangan sehingga terkadang pada saat *peak season*, bandara terasa pengap dan suhu udara menjadi panas meskipun telah digunakan mesin pendingin. Kurangnya kesadaran penumpang serta lemahnya *quality control* dari pihak pengelola untuk menjaga kebersihan membuat bandara sering terlihat kotor, terutama pada toilet. Hal ini tentu saja menimbulkan ketidakpuasan bagi penumpang mengenai pelayanan di bandara.

**3. Pengaruh signifikan *signs & symbols* terhadap *passengers' satisfaction***

Ha1c : Terdapat pengaruh signifikan *signs & symbols* terhadap *passengers' satisfaction*.

Ho1c : Tidak terdapat pengaruh signifikan *signs & symbols* terhadap *passengers' satisfaction*

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *signs & symbols* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai  $p$ -value  $0,311 >$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,098$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) dikarenakan adanya perbedaan budaya diantara objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya dilakukan di bandara negara maju yang mayoritas konsumennya sudah sadar akan teknologi. Bagi penumpang dinegara maju adanya *signs & symbols* sangat membantu memberikan kemudahan dan petunjuk bagi penumpang dalam mencari pelayanan di bandara yang sesuai dengan kebutuhannya (Chen, 2002). Hal ini berbeda dengan budaya dari negara penumpang yang menjadi objek penelitian saat ini, dimana berdasarkan fakta yang ada di lapangan penumpang tidak terlalu memperhatikan adanya *signs & symbols*. Meskipun tanda dan rambu penunjuk (seperti lokasi *gate*, lokasi terminal, *check in counter*, toilet dan lainnya) banyak jumlahnya dan terlihat jelas, penumpang cenderung untuk tidak memperhatikan dan tidak terlalu peduli. Mereka cenderung bertanya kepada petugas informasi dan petugas bandara

yang ada di lapangan sehingga *signs & symbols* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

**4. Pengaruh *Attitude* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H2a : *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H2o : *Attitude* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *attitude* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat dari nilai  $p$ -value signifikan sebesar  $0,024 <$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,206$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) dan sesuai dengan pernyataan dari Bryan (2001) bahwa *attitude* yang baik dari seluruh jajaran karyawan yang ada di bandara dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi penumpang. Karyawan bandara yang selalu bersikap sopan dan ramah serta bersedia memberikan pertolongan bagi penumpang bahkan memberikan perhatian lebih menimbulkan kepuasan bagi penumpang. Selain itu, karyawan bandara yang selalu berpakaian seragam rapih juga turut menimbulkan kesan simpatik di mata penumpang.

**5. Pengaruh *Behaviour* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H2b : *Behaviour* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H2o : *Behaviour* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *behaviour* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai *p value* sebesar  $0,080 >$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,196$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) dikarenakan berdasarkan fakta yang ada di lapangan masih ada sebagian karyawan bandara yang belum membiasakan untuk memberi sapaan pribadi bagi penumpang. Padahal hal seperti ini bagi penumpang adalah bentuk perhatian ekstra yang akan menimbulkan kesan bagi mereka, seperti yang dijelaskan oleh McCollough, Bery, & Yadav (2000) bahwa *behavior* karyawan dilihat oleh orang lain sebagai apa yang diucapkan dan dilakukan. Adanya karyawan bandara yang tidak merespon persoalan penumpang dengan cepat dan tidak mencarikan jalan keluar bahkan cenderung untuk menghindari dari persoalan hanya akan menimbulkan kekecewaan di benak penumpang.

#### **6. Pengaruh *Expertise* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H2c : *Expertise* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H2o : *Expertise* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *expertise* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai *p value* sebesar  $0,000 <$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,209$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) dan sesuai dengan pernyataan Singh (2005) bahwa kemampuan dan kecakapan karyawan dalam menjawab pertanyaan penumpang dengan baik dan benar akan memberikan kepuasan. Seorang karyawan bandara terutama yang berhubungan dengan operasional penerbangan telah dilengkapi dengan sertifikat internasional, karena itu mengetahui dan mampu menjawab aturan tentang keselamatan penerbangan bagi penumpang sesuai dengan standar penerbangan internasional merupakan suatu keharusan.

#### **7. Pengaruh *Productivity* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H3a : *Productivity* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H3o : *Productivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *productivity* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai *p value* sebesar  $0,291 >$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,089$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh Dale Fodness dan Brian Murray (2007) dikarenakan di bandara yang menjadi objek penelitian dan berdasarkan fakta yang ada di lapangan masih terdapat fasilitas-fasilitas yang belum memenuhi keinginan penumpang. Meskipun telah terdapat fasilitas *lounge* yang nyaman, namun belum tersedianya fasilitas *business centre* yang dilengkapi *meeting room* yang dibutuhkan oleh kaum pebisnis membuat bandara terasa kurang lengkap fasilitasnya. Adanya pelayanan fasilitas wifi dan internet gratis yang belum merata di tiap terminal turut membuat penumpang merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan, terlebih lagi di jaman *Information Technology* (IT) seperti saat ini, dimana fasilitas wifi dan internet gratis merupakan fasilitas yang wajib disediakan oleh pengelola bandara.

#### **8. Pengaruh *Maintenance* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H3b : *Maintenance* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H3o : *Maintenance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *maintenance* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai *p value* sebesar  $0,041 <$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,155$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) bahwa tersedianya fasilitas kebutuhan

pribadi bagi penumpang di bandara seperti fasilitas *wheelchair* (kursi roda) yang dibutuhkan oleh orang cacat dan orang tua, dan *nursery room* yang dibutuhkan oleh ibu menyusui serta restoran yang banyak jumlahnya dapat menimbulkan rasa puas di benak penumpang.

#### **9. Pengaruh *Leisure* signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.**

H3c : *Leisure* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

H3o : *Leisure* tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *leisure* terhadap *passengers' satisfaction* yang dapat dilihat nilai *p value* sebesar  $0,010 <$  dari  $0,05$  dengan nilai  $\beta$  sebesar  $0,229$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dale Fadness dan Bryan Muray (2007) bahwa bandara telah menyediakan fasilitas yang dapat memfasilitasi kebutuhan dan kesenangan bagi penumpang, seperti tersedia pertokoan di bandara yang dapat dimanfaatkan oleh penumpang terutama pada saat menunggu *boarding* naik ke pesawat. Tersedianya ruangan smoking & non smoking area akan memberikan kesenangan bagi penumpang perokok dan non perokok. Selain itu, tempat duduk di ruang tunggu dengan jumlah yang banyak dan nyaman bagi penumpang juga akan membuat penumpang merasa nyaman selama berada di bandara.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan hasil yang telah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari ketiga dimensi *servicescape* (*spatial layout & functionality, ambient condition, sign & symbols*) tidak seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Hasil penelitian menunjukkan hanya dimensi *spatial layout & functionality* yang berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Hal ini didukung dengan adanya hubungan positif dan signifikan. Sedangkan dimensi lainnya yaitu *ambient condition* dan *signs & symbols* memperlihatkan tidak adanya pengaruh secara signifikan terhadap *passengers' satisfaction*.

Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa dari ketiga dimensi *service personel* (*attitude, behavior, dan expertise*) hanya dimensi *behaviour* yang memperlihatkan tidak berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Sedangkan dimensi *attitude* dan *expertise* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Hal ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dimana sikap dan perilaku karyawan yang baik, didukung dengan kecakapan dan keahlian dalam menangani keinginan penumpang, dapat memberikan kepuasan di benak penumpang.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ketiga dimensi *service provider* (*productivity, maintenance, dan leisure*) tidak seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *maintenance* dan *leisure* berpengaruh signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Sedangkan dimensi lainnya yaitu *productivity* memperlihatkan tidak adanya pengaruh secara signifikan terhadap *passengers' satisfaction*. Hal ini menunjukkan masih ada fasilitas di bandara yang disediakan oleh pengelola yang belum mengakomodir keinginan dan kebutuhan penumpang sehingga menimbulkan ketidakpuasan.

## IMPLIKASI MANAJERIAL

Penambahan-penambahan fasilitas yang lebih modern dalam rangka menunjang dan mempermudah kegiatan penumpang selama berada di bandara harus terus dilakukan. Pembuatan *business centre* yang dilengkapi dengan *meeting room* dan fasilitas *wifi* dan internet gratis harus dilakukan guna menunjang semakin tingginya mobilitas kaum pebisnis di bandara. Dalam jangka panjang, penambahan fasilitas yang dapat memberikan rasa kesenangan bagi penumpang seperti bioskop, arena permainan (*playground*), area *food court* yang nyaman perlu dipertimbangkan oleh manajemen bandara. Dengan begitu, penumpang merasa senang selama berada di bandara dan pada akhirnya bandara tersebut dapat memberikan pelayanan yang berkualitas yang memberikan kepuasan dan mampu bersaing dengan bandara lainnya di dunia internasional.

## SARAN UNTUK PENELITIAN LEBIH LANJUT

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya seperti kecepatan pelayanan, sehingga dapat diketahui berapa lama pelayanan dapat diberikan kepada konsumen. Selain itu penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah bandara sebagai obyek penelitian sehingga diperoleh jumlah sampel yang lebih besar, serta data yang dihasilkan dari para responden lebih beragam dan hasil pengukuran menjadi lebih akurat.

Tabel 1  
Profil Demografis Hasil Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
1	<b>Gender</b>		
	Pria	61	61
	Wanita	39	39
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
2	<b>Usia</b>		
	20 – 30 tahun	28	28
	31 – 40 tahun	38	38
	41 – 50 tahun	26	26
	> 50 tahun	8	8
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
3	<b>Pendidikan</b>		
	SMU/ sederajat	12	12
	Diploma	18	18
	S1	43	43
	S2	23	23
	S3	4	4
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
4	<b>Pekerjaan</b>		
	Wiraswasta	15	13
	Swasta	36	35
	PNS/BUMN	17	16
	Profesional	16	12
	Pelajar	12	20
	Lainnya	4	4
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
5	<b>Frekuensi Naik Pesawat</b>		
	< 5x	13	13
	5 – 10 x	22	22
	11 – 15 x	33	33
	16 – 20 x	21	21
	> 20 x	11	11
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
6	<b>Tujuan Perjalanan</b>		
	Bisnis/Pekerjaan	41	41
	Pendidikan	17	17
	Wisata	24	24
	Keperluan Keluarga	13	13
	Lainnya	5	5
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Daftar pertanyaan yang mengacu pada Fodness dan Murray (2007)**

<b>Spatial Layout &amp; functionality</b>
1. Layout fisik bandara memudahkan saya mendapatkan informasi mengenai tempat-tempat yang dibutuhkan (seperti restoran, toilet, gate, dan lain-lain)
2. Arsitektur bandara terlihat menarik
3. Tempat untuk <i>check in</i> tertata rapih dan banyak jumlahnya
4. Tempat pengambilan bagasi berada di lokasi yang mudah dijangkau
5. Toilet terjaga kebersihannya
<b>Ambient conditions</b>
1. Bandara ini bersih
2. Suara yang terdengar dari <i>PAS (Public Address System)</i> yang mengumumkan keberangkatan dan kedatangan pesawat terdengar jelas
3. Tempertur udara di bandara terasa sejuk
4. Lingkungan bandara memberikan rasa nyaman
<b>Sign &amp; Symbols</b>
1. Tanda dan rambu penunjuk terlihat banyak
2. Tanda dan rambu penunjuk yang berada di bandara (seperti tempat parkir, rental mobil, mushola, lokasi gate, terminal) terlihat jelas dan mudah dilihat
3. Tanda dan rambu penunjuk di bandara mudah dimengerti dan dipahami
4. Tanda dan rambu penunjuk mampu membantu mengarahkan kepada fasilitas yang ada di bandara (seperti lokasi bagasi, <i>check in counter</i> , <i>security</i> , toilet, dan lainnya)
<b>Attitude</b>
1. Karyawan bersikap sopan
2. Karyawan ramah terhadap anda
3. Karyawan bersedia untuk menolong
4. Karyawan berpakaian rapih
<b>Behaviour</b>
1. Karyawan bersedia mengenal dan memberi sapaan pribadi
2. Karyawan bersikap bersahabat
3. Karyawan bersedia membantu mengatasi kesulitan
4. Karyawan cepat dan tanggap dalam menangani keluhan
<b>Expertise</b>
1. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik
2. Karyawan mampu menjawab pertanyaan anda
3. Karyawan mampu mencari jalan keluar terhadap permasalahan anda
<b>Productivity</b>
1. Tersedia <i>business centre</i> di bandara yang dilengkapi dengan komputer, telepon dan fax
2. Fasilitas <i>lounge</i> di bandara yang dilengkapi dengan fasilitas ruangan untuk membaca

3. Bandara dilengkapi dengan ruang pertemuan ( <i>meeting room</i> ) yang nyaman
4. Bandara dilengkapi dengan fasilitas wifi dan internet gratis
<b>Maintanance</b>
1. Restoran di bandara banyak jumlahnya
2. Fasilitas <i>wheelchair</i> (kursi roda) untuk orang cacat tersedia dan mudah didapat
3. Bandara menyediakan <i>nursery room</i> untuk ibu menyusui
<b>Leisure</b>
1. Pertokoan tersedia di bandara
2. Di setiap terminal tersedia ruangan <i>smoking</i> dan <i>non smoking area</i>
3. Jumlah tempat duduk di ruang tunggu tersedia banyak dan nyaman bagi penumpang
<b>Passengers' Satisfaction</b>
1. Saya puas dengan pelayanan yang diberikan bandara
2. Saya puas dengan fasilitas sarana dan prasarana yang ada di bandara
3. Pelayanan yang saya terima sesuai dengan yang saya inginkan

## DAFTAR PUSTAKA

- AETRA. 2006, *Program Description*, www.aetra.aero
- Aeroporti di Roma S.p.A. 2007. *Quality Indications Confirm Fiumicino as Sixth Among Leading European Airports*, www.adr.it.
- Airports Council International. 2008. *Dubai, Singapore and Kuala Lumpur World's Best Airports in New Customer Satisfaction Survey*, www.airports.org/media.
- Bell, Paul, J.D. Fisher, and R. J. Loongs. 2005. *Environmental Psychology*, Philadelphia: W.B Saunder co.
- Boomenblit, A. 2005. "Hongkong international tops study," *Business Travel News*, Vol. 19, October, p.6.
- Brady, M.K., and Conin, J.J. Jr. 2001. "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach," *Journal of Marketing*, Vol. 65, pp. 34-49, July.
- Callan, R.J. and Kyndt, G. 2006. "Business travellers' perceptions of service quality," *The International Journal of Tourism Research*, Vo. 3 No.4, pp. 23-313
- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. 1992. "Measuring service quality: a reexamination and extension," *Journal of Marketing*, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- Csickszentmihalyi, M. and Graef, R. 2002. "The experience of freedom in life," *American Journal of Community Psychology*, Vol. 18, pp. 14-402.
- Fodness, Dale, and Murray, Brian. 2007. "Passengers' Expectations of Airport Service Quality," *Journal of Services Marketing*, Vol.21 No.7, pp. 492-506.
- Groonroos, C. 1999. *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Lexington, MA: Lexington Books.
- Hermawan, Asep 2006. *Pedoman Praktis Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi (LPPE) Universitas Trisakti.
- Herek, G.M. 2007. "Can functions be measured? A new perspective on the functional approach to attitudes", *Social Psychology Quarterly*, Vol. 50, pp. 285-303.
- IATA. 2006. *Jornal of travel research department*, www.iata.org
- Lee-Mortimer, A. 2003. "Customer focus takes off", *The TQ Magazine*, Vol. 5, pp. 37-41.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1988. "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, pp. 12-40.
- Yeh, C-H. and Kuo, Y-L. 2004. "Evaluating passenger services of Asia-Pacific international airports", *Transportation Research Part E*, pp. 39-48.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman, A. 1993. "The nature and determinants of customer expectations of service," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 21 No. 1, pp. 1-12.