

PENGARUH *ON TIME PERFORMANCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK

Yunika Dortina¹, Devi Roza K. Kausar², Yustisia Pasfatima Mbulu³ yunikadortina@gmail.com
Program Studi Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila Jl. Srengseng Sawah, Jagakarsa,
Jakarta Selatan 12640 ¹Mahasiswa S1 Pariwisata, ^{2&3}Dosen Pembimbing I & II

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Manajemen atau program yang dilakukan maskapai penerbangan Garuda Indonesia untuk memaksimalkan kinerja dalam bidang ketepatan waktu (*On Time Performance*) sudah sangat baik dan maksimal. Garuda Indonesia sangat memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga menciptakan program dari Garuda Indonesia tersebut yang sudah sangat lengkap sehingga meminimalisir adanya *delay* atau keterlambatan. Hasil temuan pengaruh *On Time Performance* pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Pada minat beli ulang konsumen yaitu sebesar 32% yang artinya bahwa variabel *On Time Performance* berkorelasi positif dengan variabel Minat Beli Ulang, dengan tingkat hubungan sedang. Dari segi *On Time Performance* menjadi alasan utama konsumen mempunyai minat beli ulang, dapat dilihat bahwa *On Time Performance* bukan menjadi satu-satunya alasan konsumen membeli ulang jasa penerbangan Garuda Indonesia. Beberapa faktor atau alasan lain konsumen mempunyai minat beli ulang pada maskapai Garuda Indonesia adalah Pelayanan, Fasilitas, Pengalaman.

Kata Kunci: *On Time Performance*, Minat Beli Ulang, Garuda Indonesia.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri pariwisata sangatlah terkait dengan pengangkutan atau transportasi. Transportasi yang memadai merupakan salah satu komponen aksesibilitas bagi destinasi pariwisata. Di era globalisasi seperti sekarang ini kebutuhan akan sarana transportasi yang nyaman, murah dan cepat sangat dibutuhkan oleh setiap orang dan transportasi yang cukup populer bagi mereka yang membutuhkan efisiensi waktu dan kenyamanan adalah pesawat terbang. Industri penerbangan di Indonesia sendiri cukup pesat, ditandai dengan banyaknya penerbangan domestik maupun internasional, banyaknya maskapai- maskapai penerbangan baru dan bertambahnya Bandar Udara (Bandara) di berbagai daerah di Indonesia

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. berkomitmen untuk menyediakan layanan yang luar biasa bagi para penumpang PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Untuk

mewujudkan komitmen ini, PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. telah menjalin dan mengembangkan kerjasama dengan berbagai perusahaan dan organisasi misalnya Liverpool FC. Program ini akan mengubah Garuda Indonesia menjadi perusahaan global.

Pada tahun 2016, pertumbuhan trafik penumpang Perseroan secara total masih mengalami pertumbuhan sebesar 6,19% dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan jumlah penumpang ini disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah *On Time Performance*.

On Time Performance merupakan unsur yang terkait dalam dunia penerbangan yang mengakibatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk jasa. Jika maskapai mengalami keterlambatan pada pesawat bisa menjadi salah satu alasan penumpang tidak ingin menggunakan maskapai tersebut. Dalam kaitannya dengan hal tersebut maka *On Time Performance* harus diunggulkan dan lebih

baik lagi agar dapat menarik minat para penumpang.

Tahun	On Time Performance (OTP)
2014	88,8%
2015	88,0%
2016	89,51%

Tabel 1 Data *On Time Performance* Tahun 2014-2016 Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel di atas adapun tingkat ketepatan penerbangan (*On Time Performance/OTP*) pada tahun 2015 mencapai 88,0%, sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 88,8%. Hal ini antara lain dipengaruhi oleh terjadinya force majeure seperti erupsi gunung berapi dan kabut asap akibat kebakaran hutan sepanjang tahun 2015 yang menyebabkan pembatalan penerbangan dari dan ke sejumlah bandara di Jawa dan Bali. Tetapi, pada tahun 2016 Garuda Indonesia dapat memperbaiki hal tersebut. Terbukti pada tahun 2016 *On Time Performance* yang diraih meningkat yaitu menjadi 89,51%.

Suzuki (1999) mengatakan bahwa *On Time Performance* mempengaruhi *market share* di suatu maskapai penerbangan. Sedangkan menurut Prince dan Simon (2014), persaingan dari maskapai-maskapai baru seringkali menyebabkan performa *On Time Performance* maskapai lama menurun karena mengahlihkan aspek *On Time Performance* untuk aspek-aspek lainnya agar dapat bersaing dengan maskapai baru, sehingga performa dari *On Time Performance* maskapai lama menurun.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan mengemukakan sebuah skripsi atau karya ilmiah dengan judul Pengaruh *On Time Performance* Terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Transportasi

Transportasi saat ini berperan sangat penting dalam memindahkan manusia maupun barang. Karena dengan transportasi dapat memberikan kemudahan aktivitas bagi manusia, serta dengan adanya transportasi dapat membantu menunjang perkembangan

ekonomi suatu negara. Transportasi itu sendiri dapat di definisikan sebagai berikut, Menurut Abbas Salim (2016:6) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu:

- Pemindahan atau pergerakan (*movement*).
- Secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

Sifat dan Karakteristik Angkutan Udara

Pelaku Pariwisata adalah setiap pihak yang Menurut Nasution (2015:205-206) sifat dan karakteristik umum jasa angkutan udara adalah sebagai berikut:

- Produksi yang dihasilkan tidak dapat disimpan dan dipegang tetapi dapat di tandai dengan adanya pemanfaatan waktu dan tempat. Unit produksi adalah *seat/km* tersedia dan *ton/km* tersedia. *Seat/km* tersedia (*available seat/km*) adalah satu *seat* yang diterbangkan dalam jarak satu kilometer. *Ton/km* tersedia adalah satu *ton* barang dalam satu kilometer. Bila *seat/km* tersedia dan *ton/km* tersedia telah digunakan *users*, maka produksi tersebut menjadi *revenue passenger/km* dan *revenue cargo/km*.
- Permintaan bersifat elastis. Permintaan jasa angkutan udara bersifat *derived demand*, yaitu sebagai akibat adanya permintaan atau kebutuhan di lokasi lain. Karena tarif angkutan udara relatif mahal, maka bila terjadi perubahan harga, maka permintaan menjadi elastis.
- Selalu menyesuaikan dengan teknologi maju. Perusahaan penerbangan pada dasarnya bersifat dinamis, yang dengan cepat menyesuaikan perkembangan teknologi pesawat udara. Penyesuaian teknologi maju tidak hanya di bidang teknik permesinan pesawat terbang saja, tetapi juga di bidang-bidang lainnya, seperti sistem informasi manajemen, metode-metode, peraturan-peraturan dan prosedur, serta kebijakan.

Pengertian *On Time Performance*

On Time Performance mempunyai arti bahwa penerbangan berangkat sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Menurut Nasr (2008:116) *on time performance* adalah catatan dari ketepatan waktu perusahaan penerbangan

pada keberangkatan dan kedatangan penerbangan. Ketepatan waktu dalam satu periode (bulan atau tahun) merupakan penampilan dan keseluruhan ketepatan waktu.

Faktor-faktor tidak tercapainya On Time Performance menurut Hadi Mulyanto (1999:13), meliputi:

1. *Ramp Handling*
Muatan dan pos, dokumen pesawat terbang, *refueling*, *catering*, kerusakan pada waktu *boarding*, pembersihan pesawat.
2. *Terminal Handling*
Check-In terlambat, VIP, Penanganan Group passenger yang bermasalah, *oversales*, penyelesaian bagasi.
3. *Operational Handling*
Adanya perubahan atau masalah pada dokumentasi penerbangan, penumpang yang bermasalah dengan tiketnya, sistem data atau *computer check-in* rusak atau *hang*.
4. *Technical Problem*
Pesawat terlambat keluar dari hangar, kerusakan pada pesawat, *sparer* atau peralatan yang kurang, penggantian pesawat (karena alasan teknis).
5. *Extern*
Cuaca, masalah pada imigrasi dan pabean, *airport security*, crew pesawat yang terlambat serta fasilitas bandara yang bermasalah.

Pengertian Minat Beli Ulang (Repurchase Intention)

Menurut Lucas & Britt (2012), terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain:

- a. Perhatian (Attention) Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- b. Ketertarikan (Interest) Menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- c. Keinginan (Desire) Adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- d. Keyakinan (Conviction) Adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Menurut Thamrin dan Francis (2012), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang

didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba suatu produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Tingginya minat beli ulang ini akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar.

Dimensi Minat Beli Ulang

Menurut Ferdinand (2002) minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli ulang produk yang telah dikonsumsi.
2. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli orang lain dengan referensi pengalaman konsumsinya.
3. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi, preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk referensinya.
4. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang ditanganinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data numerical atau angka yang diperoleh dengan metode statistik serta dilakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka pengujian hipotesis sehingga

diperoleh signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti. Sugiyono (2011) mengemukakan sebagai berikut: Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh *on time performance* terhadap minat beli ulang pada maskapai Garuda Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk: seiring semakin meningkatnya permintaan jasa industri penerbangan, Perusahaan terus mengembangkan jaringan penerbangan hingga ke kota-kota pertumbuhan ekonomi dan wisata baru di wilayah Barat dan Timur Indonesia. Sejarah penerbangan komersial Indonesia dimulai saat bangsa Indonesia sedang mempertahankan kemerdekaannya. Penerbangan komersial pertama menggunakan pesawat DC-3 Dakota dengan registrasi RI 001 dari Calcutta ke Rangoon dan diberi nama "Indonesian Airways" dilakukan pada 26 Januari 1949. Pada tahun yang sama, 28 Desember 1949, pesawat tipe Douglas DC-3 Dakota dengan registrasi PK- DPD dan sudah dicat dengan logo "Garuda Indonesian Airways", terbang dari Jakarta ke Yogyakarta untuk menjemput Presiden Soekarno. Inilah penerbangan yang pertama kali dengan nama Garuda Indonesian Airways. Nama "Garuda" diberikan oleh Presiden Soekarno dimana nama tersebut diambil dari sajak Belanda yang ditulis oleh penyair terkenal pada masa itu, Noto Soeroto; "*Ik ben Garuda, Vishnoe's vogel, die zijn vleugels uitslaat hoog bovine uw einladen*", yang artinya, "Saya Garuda, burung Vishnu

yang melebarkan sayapnya tinggi di atas kepulauan Anda".

Manajemen Program *On Time Performance* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Kita perlu mengetahui bagaimana cara atau manajemen dari PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam mengelola agar suatu penerbangan selalu tepat waktu (*On Time Performance*). Dari pihak Garuda Indonesia sendiri telah memberitahu bagaimana manajemen mereka dalam mempertahankan *On Time Performance*. Program kerja Operasi dan Keselamatan Penerbangan yang dijalankan adalah:

1. *Improve Operations Monitoring & Control by Integrated Operational Control System (IOCS)*: Pemantauan terhadap keterlambatan penerbangan (*delay*) terutama ditujukan pada penyebab delay terbesar (teknik, *flight operations*, dan *airport facilities*) untuk kemudian dimintakan solusi dari unit-unit organisasi yang terkait.
2. *On Time Performance Enhancement Program*.
3. *Develop Operational Data, Information and Publication*: membangun data yang mendukung analisa penggunaan *fuel*, beban *fuel* dan membuat *format digital (pdf) Aircraft Operations Manual (AOM)*.
4. *Control Flight Operation Cost*: dengan menjalankan program efisiensi yang meliputi *Fuel Conservation, Centralized Flight Planning, Optimasi Route Database Jeppesen*.
5. *Optimization of Crew Schedule and Crew Positioning*: optimasi *Crew Rotation Pattern (CROPA)* yang antara lain dapat mengurangi *extra crew*, perbandingan antara standar awak kabin (*flight attendant*) dan kebutuhan.
6. *Optimization of Cockpit Crew Resources* melalui kerjasama operasi dengan beberapa maskapai penerbangan untuk menyediakan pilot.
7. *Implement Flight Attendant Performance Standard* berupa pengembangan standar bahasa Inggris, Cina, Jepang, dan Korea bagi awak kabin serta menyusun desain baru silabus *Safety Emergency Procedure* untuk awak kabin.
8. *Improve Flight Attendant Performance melalui Service Recurrent Training*.

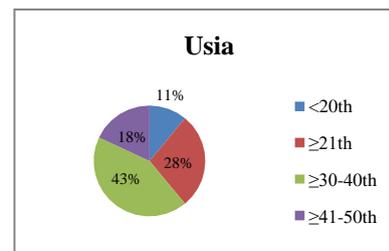
9. *Continuous Improvement of Safety Management System: safety risk & hazard* telah di masukkan ke dalam *Safety Management System*.
10. *Continuous Improvement of Emergency Response Plan (ERP)* melalui *ERP training* untuk Kepala Stasiun (*Station Manager*).
11. *Continuous Improvement of Environment Program* melalui penyempurnaan dan sosialisasi *Health, Safety and Environment (HSE)* manual.
12. *Safety Audit Program* termasuk menindak lanjuti *audit finding* dan memantaunya.
13. *Corporate Quality System: Corporate Quality Manual* telah disampaikan kepada para *Department Quality Manager* untuk kemudian disosialisasi.
14. *Quality of Inspection Improvement* dengan meningkatkan pelaksanaan *surveillance* dan *ramp check* di lapangan/apron.
15. *Enhance Technical Ground Handling* dengan memberikan kursus singkat kepada para *Technical Handling personil*.
16. *Enhance Maintenance Planning & Control* dengan meningkatkan pengendalian pada *aircraft assigment* dan *maintenance Turn Around Time* di hanggar.
17. *Enhance On Line Monitoring & Control* dengan peningkatan *Aircraft Communication Addressing and Reporting System (ACARS)* dan *Engine Trend Monitoring*.
18. *Enhance Leadership & Managing Line Operation* dengan melaksanakan kursus-kursus supervisor bagi *supervisor maintenance* di GMF.
19. Melaksanakan *C-check* dan *D-check* sejumlah 32 pesawat untuk menjaga kondisi pesawat tetap terawat dengan baik, serta meningkatkan kehandalan atau *performance* serta ketersediaan atau *availability* pesawat.

Menurut Asad Y Nasr (2008:116) *On Time Performance* adalah catatan dari ketepatan waktu perusahaan penerbangan pada keberangkatan dan kedatangan penerbangan. Dalam program yang dilakukan maskapai penerbangan Garuda Indonesia untuk memaksimalkan kinerja dalam bidang ketepatan waktu (*On Time Performance*)

sudah sangat baik dan maksimal, dimana PT. Garuda Indonesia memperhatikan dari segala bidang, yaitu: *Ramp Handling, Terminal Handling, Operational Handling, Technical Problem, Eksterns*. Program dari Garuda Indonesia tersebut sudah sangat lengkap sehingga meminimalisir adanya *delay* atau keterlambatan

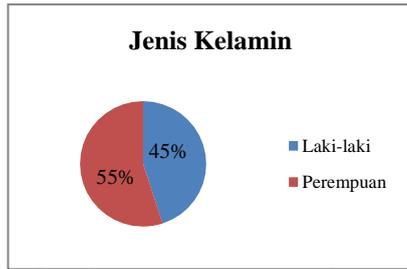
Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan random sample. Dengan kriteria responden adalah pengguna jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Analisa terhadap karakteristik responden di kelompokan menjadi usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan, menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia dalam 6 bulan terakhir, jumlah penggunaan jasa penerbangan Garuda Indonesia dalam 6 bulan terakhir. Profil responden akan disajikan pada diagram berikut:



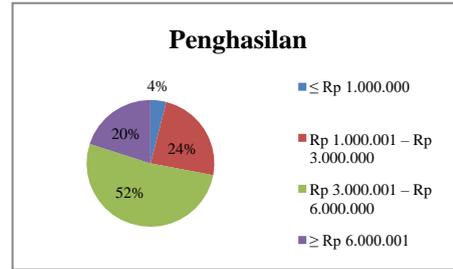
Tabel 2 Sebaran responden berdasarkan usia
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa persentase pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk berusia $\geq 30-40$ tahun berjumlah 43 responden dengan persentase sebesar 43%, lalu responden yang berusia ≥ 21 tahun berjumlah 28 responden dengan persentase sebesar 28%, kemudian responden yang berusia $\geq 41-50$ tahun berjumlah 18 responden dengan persentase 18%, dan yang berusia < 20 tahun berjumlah 11 responden dengan persentase 11%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk mayoritas responden berusia $\geq 30-40$ tahun dengan jumlah 43 responden dengan persentase 43%.



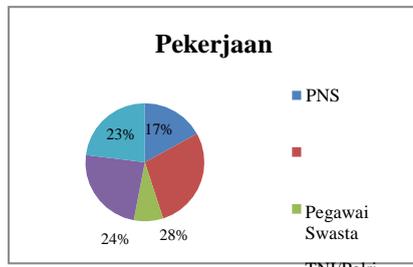
Tabel 3 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa persentase pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk adalah laki-laki berjumlah 45 responden dengan persentase 45% dan perempuan berjumlah 55 responden dengan persentase 55%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 55 responden dengan persentase 55%.



Tabel 5 Sebaran responden berdasarkan penghasilan
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa penghasilan pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk berjumlah Rp 3.000.001 – Rp 6.000.000 berjumlah 52 responden dengan persentase 52%, lalu penghasilan responden berjumlah Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000 dengan jumlah 24 responden dengan persentase 24%, kemudian penghasilan responden ≥ Rp 6.000.001 dengan jumlah 20 responden dengan persentase 20%, dan penghasilan responden ≤ Rp 1.000.000 dengan jumlah 4 responden dengan persentase 4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa penghasilan pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk mayoritas responden berjumlah Rp 3.000.001 – Rp 6.000.000 berjumlah 52 responden dengan persentase 52%.



Tabel 4 Sebaran responden berdasarkan pekerjaan
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa persentase pekerjaan pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk adalah pegawai swasta berjumlah 28 responden dengan persentase 28%, lalu pekerjaan responden wiraswasta berjumlah 24 responden dengan persentase 24%, lalu pekerjaan responden lainnya berjumlah 23 responden dengan persentase 23%, kemudian pekerjaan responden PNS berjumlah 17 responden dengan persentase 17%, dan pekerjaan responden TNI/Polri berjumlah 8 responden dengan persentase 8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pekerjaan pengguna jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk mayoritas responden adalah pegawai swasta dengan jumlah 28 responden dengan persentase 28%.



Tabel 6 Sebaran responden berdasarkan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia dalam 6 bulan terakhir
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa pengguna jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam 6 bulan terakhir yang menggunakan berjumlah 76 responden dengan persentase 76% dan yang tidak menggunakan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam 6 bulan terakhir berjumlah 24 responden dengan jumlah persentase 24%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan jasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam 6 bulan terakhir

mayoritas responden berjumlah 76 responden dengan persentase 76%.



Tabel 7 Sebaran responden berdasarkan jumlah penggunaan jasa Garuda Indonesia dalam 6 bulan terakhir
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa jumlah penggunaan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam 6 bulan terakhir berjumlah 1 kali penggunaan berjumlah 37 kali dengan persentase 37%, lalu berjumlah 0 kali penggunaan berjumlah

23 responden dengan persentase 23%, lalu berjumlah 2 kali penggunaan berjumlah 21 responden dengan persentase 21%, kemudian berjumlah 3 kali penggunaan berjumlah 11 penggunaan dengan persentase, dan berjumlah ≥4 kali penggunaan berjumlah 8 responden dengan persentase 8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah penggunajasa PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam 6 bulan terakhir mayoritas responden berjumlah 1 kali penggunaan berjumlah 37 kali dengan persentase 37%.

Analisis Hasil Penelitian *On Time Performance* (Variable X)

Penulis membuat penjabaran variable X (*On Time Performance*) ke dalam indikator untuk membuat suatu kuesioner, dimana dapat dilihat dalam berikut ini:

NO	PERNYATAAN	VARIABEL KINERJA (X)					Jumlah	Total Bobot	Rata-Rata	
		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)				
1.	Kondisi pesawat yang selalu dalam keadaan bersih	0	7	15	38	20	100	391	3,91	
2.	Pengisian bahan bakar yang tepat waktu	0	8	16	38	18	100	386	3,86	
3.	Layanan pada saat naik ke pesawat (boardingmanagemen) yang baik	0	0	20	49	31	100	256	2,56	
4.	Kualitas penyajian makanan dan minuman yang baik	0	1	18	38	23	100	403	4,03	
5.	Proses pemesanan dan pengambilan bagasi yang mudah dan tepat waktu	0	1	31	50	18	100	385	3,85	
6.	Selalu sigap saat ada masalah pada saat check-in	0	4	15	55	26	100	403	4,03	
7.	Layanan check-in yang tidak pernah terlambat	0	0	29	52	19	100	390	3,9	
8.	Penanganan group penumpang yang sangat sigap	0	1	25	48	26	100	399	3,99	
9.	Pegawai Garuda Indonesia yang sigap dan ramah mengagapi penumpang yang tidak ada masalah	0	0	15	65	20	100	405	4,05	
10.	Layanan customer service yang memuaskan	0	0	27	48	25	100	398	3,98	
11.	Sistem data atau komputer check-in tidak pernah bermasalah	0	0	26	51	23	100	397	3,97	
12.	Pesawat Garuda Indonesia tidak pernah mengalami kerusakan pesawat atau peralatan yang kurang	0	3	23	57	17	100	388	3,88	
13.	Pesawat Garuda Indonesia tidak pernah menguarai pesawatnya karena alasan teknis	0	0	21	61	18	100	397	3,97	
14.	Ketepatan waktu (On Time Performance) penerbangan Garuda Indonesia tidak pernah terganggu karena cuaca	0	0	12	70	18	100	406	4,06	
15.	Penerbangan Garuda Indonesia tidak pernah terlambat karena crew pesawat yang terlambat atau bermasalah	0	0	14	61	25	100	411	4,11	
16.	Facilitas ruang tunggumaskapai penerbangan Garuda Indonesia tidak pernah bermasalah	0	0	35	50	15	100	380	3,80	
TOTAL		0	25	342	891	342	1600			
PERSENTASE		0%	1,56%	21,38%	55,68%	21,38%	100%			
									Rata-rata	3,871

Tabel 8 Rekapitulasi Total Bobot Jawaban Kuesioner Responden Mengenai *On Time Performance* (X)

Dari rekapitulasi data pada table 8 variabel *On Time Performance* (X) diatas dapat dikatakan bahwa jumlah responden yang menjawab 16 butir pernyataan dari variabel *On Time Performance* (X) yang memilih sangat setuju (SS) yaitu 342 responden atau sebesar 21,38%, setuju (S) yaitu 891 responden atau sebesar 55,68%, ragu-ragu (RR) yaitu 342 atau sebesar 21,38%, tidak setuju (TS) yaitu 25 responden atau sebesar 1,56%, dan sangat tidak setuju (STS) yaitu 0 responden atau sebesar 0%.

Kriteria Penelitian Berdasarkan *Weight Mean Score*:

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Cukup Baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Tabel 9 Kriteria Penilaian
Sumber: Siregar (2012)

Berdasarkan tabel 9 untuk variabel *On Time Performance*(X), menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan sebesar 3,871 dengan kriteria baik.

Dengan respon rata-rata baik dari responden untuk *On Time Performance*(X) pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia, menandakan bahwa responden setuju bahwa maskapai penerbangan Garuda Indonesia mempunyai performa ketepatan waktu yang baik.

a. Uji Validitas Variabel *On Time Performance* (X)

Penulis melakukan uji validitas dengan bantuan software SPSS versi 21. Berikut ini merupakan hasil uji validitas dan uji reabilitas variabel *On Time Performance* (X):

Variabel	Item Kuesioner	Pearson Correlation (r Hitung)	Signifikansi	rTabel	Keterangan
<i>On Time Performance</i> (X)	1	0,519	0,000	0,165	Valid
	2	0,541	0,000	0,165	Valid
	3	0,591	0,000	0,165	Valid
	4	0,547	0,000	0,165	Valid
	5	0,393	0,000	0,165	Valid
	6	0,488	0,000	0,165	Valid
	7	0,383	0,000	0,165	Valid
	8	0,505	0,000	0,165	Valid
	9	0,318	0,001	0,165	Valid
	10	0,501	0,000	0,165	Valid
	11	0,321	0,001	0,165	Valid
	12	0,533	0,000	0,165	Valid
	13	0,350	0,000	0,165	Valid
	14	0,362	0,000	0,165	Valid
	15	0,542	0,000	0,165	Valid
	16	0,296	0,000	0,165	Valid

Tabel 10 Hasil Uji Validitas Variabel *On Time Performance* (X) Sumber : Hasil kuesioner (diolah penulis)

Berdasarkan tabel 10 uji validitas variabel *On Time Performance* (X), semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena setiap *pearson correlation* atau r hitung > r tabel, dan pada taraf signifikansi < 0,05. Untuk r tabel 0,165 diperoleh dari tabel r statistik, dimana nilai $df=N$ (Jumlah responden)-2. Penulis menggunakan tingkat signifikansi untuk uji satu arah (*1tailed*) dengan taraf signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas Variabel *On Time Performance*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	16

Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *On Time Performance* (X)

Menurut Sekaran yang dikutip oleh Dwi Priyatno (2010): 98, reliabilitas diatas 0,7 adalah baik atau reliabel dapat dilihat berdasarkan tabel 11 uji reliabilitas variabel *On Time Performance* (X), semua butir pernyataan yang berjumlah 16 pernyataan dinyatakan reliabel karena *cronbach's alpha* berjumlah 0,722 > 0,7.

Analisis Hasil Penelitian Minat Beli Ulang (Variable Y)

Penulis membuat penjabaran variable Y (Minat Beli Ulang) ke dalam indikator untuk membuat suatu kuesioner, dimana dapat dilihat berikut ini:

No	PERNYATAAN	VARIABEL KINERJA (Y)					Jumlah	Total Bobot	Rata-Rata
		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)			
1.	Saya akan membeli ulang jasa dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia	0	1	14	51	34	100	418	4,18
2.	Saya berniat untuk membeli ulang produk Garuda Indonesia karena kualitas dan ketepatan waktunya (<i>On Time Performance</i>)	0	2	16	48	34	100	414	4,14
3.	Anda tidak ragu untuk merekomendasikan Garuda Indonesia kepada teman dan keluarga anda	0	0	20	62	18	100	398	3,98
4.	Anda akan menceritakan pengalaman anda kepada orang lain tentang jasa maskapai Garuda Indonesia	0	6	21	45	28	100	395	3,95
5.	Anda lebih suka memilih maskapai penerbangan Garuda Indonesia dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya dengan pertimbangan <i>On Time Performance</i> (ketepatan waktu) yang dimiliki.	0	4	19	58	19	100	392	3,92
6.	Anda lebih memilih maskapai penerbangan Garuda Indonesia dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya dengan pertimbangan pelayanan atau service yang dimiliki.	0	3	20	63	14	100	388	3,88
7.	Ketika memilih jasa penerbangan, Anda selalu mencari informasi mengenai ketersediaan penerbangan pada Garuda Indonesia.	0	4	19	53	24	100	397	3,97
8.	Anda selalu mencari informasi mengenai penawaran-penawaran promosi dari Garuda Indonesia.	0	0	15	50	35	100	420	4,20
9.	Anda selalu mencari informasi mengenai produk dan Garuda Indonesia (Souvenir, Paket Tour, Garuda Miles, dll).	0	1	20	56	23	100	401	4,01
TOTAL		0	21	164	486	229	1600		
PERSENTASE		0%	2,33%	18,2%	54%	25,4%	100%		
								Rata-	4,025

Tabel 12 Rekapitulasi Total Bobot Jawaban Kuesioner Responden Mengenai Minat Beli Ulang (Variabel Y)

Dari rekapitulasi data pada table 12 variabel Minat Beli Ulang (Y) diatas dapat dikatakan bahwa jumlah responden yang menjawab 9 butir pernyataan dari variabel Minat Beli Ulang (Y) yang memilih sangat setuju (SS) yaitu 229 responden atau sebesar 25,45, setuju (S) yaitu 486 responden atau sebesar 54%, ragu-ragu (RR) yaitu 164 atau sebesar 18,22%, tidak setuju (TS) yaitu 21 responden atau sebesar 2,33%, dan sangat tidak setuju (STS) yaitu 0 responden atau sebesar 0%.

Kriteria Penelitian Berdasarkan *Weight Mean Score*:

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Cukup Baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Tabel 13 Kriteria Penelitian
Sumber: Siregar (2015)

Berdasarkan tabel 13 untuk variabel Minat Beli Ulang (Y), menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan sebesar 4,025 dengan kriteria baik.

Dengan respon rata-rata baik dari responden untuk Minat Beli Ulang (Y) pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia, menandakan bahwa responden setuju bahwa ada keinginan atau kemauan untuk membeli ulang jasa penerbangan maskapai penerbangan Garuda Indonesia berdasarkan minta-minat yang sudah ditentukan.

a. Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Penulis melakukan uji validitas dengan bantuan software SPSS versi 21. Berikut ini merupakan hasil uji validitas dan uji reabilitas variabel Minat Beli Ulang (Y):

Variabel	Item Kuesioner	Pearson Correlation (r Hitung)	Signifikan	rTabel	Keterangan
Minat Beli Ulang (Y)	1	0,595	0,000	0,165	Valid
	2	0,629	0,000	0,165	Valid
	3	0,578	0,000	0,165	Valid
	4	0,712	0,000	0,165	Valid
	5	0,638	0,000	0,165	Valid
	6	0,583	0,000	0,165	Valid
	7	0,327	0,000	0,165	Valid
	8	0,549	0,000	0,165	Valid
	9	0,649	0,000	0,165	Valid

Tabel 14 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)
Sumber : Hasil kuesioner (diolah penulis)

Berdasarkan tabel 14 uji validitas variabel Minat Beli Ulang (Y), semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena setiap *pearson correlation* atau r hitung > r tabel, dan pada taraf signifikansi < 0,05. Untuk r tabel 0,165 diperoleh dari tabel r statistik, dimana nilai df=N (Jumlah responden)-2. Penulis menggunakan tingkat signifikansi untuk uji satu arah (*1tailed*) dengan taraf signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas Variabel Y Minat Beli Ulang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	9

Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Menurut Sekaran yang dikutip oleh Dwi Priyatno (2010): 98, reliabilitas diatas 0,7 adalah baik atau reliabel. Berdasarkan tabel 15 uji reliabilitas variabel Minat Beli Ulang (Y), semua butir pernyataan yang berjumlah

9 pernyataan dinyatakan reliabel karena *cronbach's alpha* berjumlah 0,757 > 0,7.

Analisis Pengaruh On Time Performance Terhadap Minat Beli Ulang Pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X (*On Time Performance*) dengan variabel Y (Minat Beli Ulang) maka digunakan analisis kuantitatif yang menggunakan perhitungan statistik metode regresi linier sederhana, koefisien penentu dan uji hipotesis.

Dimana data-data yang menjadi perhitungan didapat dari kuesioner yang disebarkan kepada pengguna jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk dan diolah penulis dalam bentuk perhitungan dan dapat dihitung regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi atau penentu dan uji hipotesis.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2015:188) adalah sebagai berikut: $Y = a + bX$

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,457	4,105		2,060	,042		
X	,437	,064	,595	6,795	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 16 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil perhitungan melalui *software IBM SPSS versi 21* diperoleh nilai a sebesar 8,457, nilai b adalah sebesar 0,437. untuk rumus persamaan regresi linear berganda dengan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Maka dilihat dari hasil perhitungan melalui *software IBM SPSS versi 21* sesuai 4.17, persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 8,457 + 0,437X$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan atas diperoleh nilai a adalah sebesar 8,457 dan nilai b adalah sebesar 0,437. Nilai koefisien regresi atau nilai b persamaan regresi sederhana tersebut menunjukkan angka positif sebesar 0,437 yang mengandung arti bahwa setiap peningkatan *On Time Performance* (X) akan diikuti dengan peningkatan terhadap Minat Beli Ulang (Y) sebesar 0,437. Demikian pula

sebaliknya, jika *On Time Performance* (X) mengalami penurunan 0,437 maka kelancaran pendistribusian produk juga mengalami penurunan sebesar 0,437 pada nilai koefisien konstanta a atau konstanta sebesar 8,457.

2. Analisis Koefisien Determinasi / Penentu (r^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.320	.313	3.14388

Tabel 17 Hasil a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan hasil perhitungan melalui *software IBM SPSS versi 21* yang dilihat pada tabel 17, didapatkan nilai koefisien determinasi atau penentu (r^2) sebesar 0,320 atau 32%.

Dalam tesis Puspitasari (2006) mengatakan bahwa: kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, dimana variable kepuasan pelanggan diukur dengan indikator kesesuaian harapan, persepsi kinerja, dan penilaian pelanggan. Pengalaman penggunaan jasa sebelumnya sangat berperan penting dalam menentukan apakah jasa tersebut dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya atau tidak. *On Time Performance* masuk di dalam variabel kesesuaian harapan, dimana konsumen akan mengharapkan penerbangan sesuai dengan jadwal. Lalu, banyak juga faktor lainnya seperti di dalam persepsi kerja yaitu pelayanan, bagasi, *check-in counter*. Serta variable penilaian pelanggan yang sudah dirasakan konsumen pada saat penerbangan sebelumnya. Jadi, Dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Beli Ulang (Y) sebesar 32% dan sisanya 68% merupakan faktor dari faktor-faktor lain seperti Pelayanan, Fasilitas, Pengalaman.

Menurut Sugiyono (2011:231) analisis koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel (X) sebagai variabel independen terhadap variabel (Y) sebagai variabel dependen. Dapat dilakukan dengan perhitungan statistik dengan menggunakan koefisien determinasi (K_d). Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\% \\ = 0,320 \times 100\% \\ = 32\%$$

Ket:

K_d : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Tabel 18 Interval Koefisien Korelasi

Dari hasil yang didapat di atas maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,565, yang dilihat dari table 18 bahwa nilai r antara 0,4 – 0,599 memiliki tingkat hubungan yang berarti sedang. Maka dapat disimpulkan bahwa variable *On Time Performance* (X) berkorelasi positif dengan variable Minat Beli Ulang (Y), dengan tingkat hubungan sedang.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel *On Time Performance* terhadap variabel Minat Beli Ulang, penulis mengolah hasil jawaban kuesioner responden dengan menggunakan *software SPSS versi 21*, berikut ini merupakan hasil dari uji parsial variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Beli Ulang (Y):

No.	Variabel	t hitung	Nilai Signifikan	T tabel	Keterangan
1.	<i>On Time Performance</i> ← Minat Transaksional	3,573	0,001	1,660	>0,05 Ha diterima
2.	<i>On Time Performance</i> ← Minat Referensial	4,902	0,000	1,660	>0,05 Ha diterima
3.	<i>On Time Performance</i> ← Minat Preferensial	2,960	0,004	1,660	>0,05 Ha diterima
4.	<i>On Time Performance</i> ← Minat Eksplorasi	6,621	0,000	1,660	>0,05 Ha diterima

Tabel 19 Hasil Temuan Pengelolaan Data

Hipotesis

Hipotesis 1

H1a: Terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Transaksional

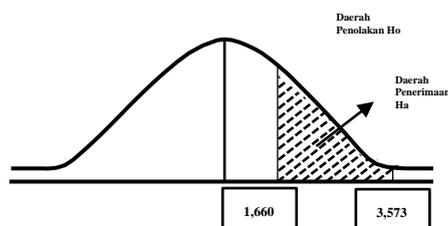
H1o: Tidak terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Transaksional

Untuk mengetahui apakah *On Time Performance* (X) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap Minat Transaksional (Y_1). Dalam uji t, memiliki suatu perumusan hipotesis yaitu : $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak adanya hubungan) dan $H_a : \beta_1 \neq 0$ (adanya pengaruh). Apabila H_0 diterima

memiliki syarat $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian parsial antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Transaksional (Y_1), diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,573 dengan tingkat signifikansi 0,001 dilihat berdasarkan pada tabel 19 dan t_{tabel} sebesar 1,660 dilihat dari jumlah responden 100 responden. Penulis menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan syarat nilai $sig < 0,05$. Untuk mencari t_{tabel} , yaitu menggunakan tabel nilai distribusi t dengan rumus jumlah responden $(n) - 2$ untuk taraf signifikansi 0,05 dan menggunakan 1 *tailed*. Dari data tersebut dapat diperoleh hasil, yaitu:

- 1) Nilai $t_{hitung} 3,573 > t_{tabel} 1,660$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Nilai $sig 0,001 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.



Dari gambar diatas, dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Transaksional (Y_1).

Menurut Ferdinand (2002) mengenai Minat Transaksional, kecenderungan konsumen untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi. Dapat disimpulkan bahwa responden positif akan membeli ulang jasa dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia dan berniat untuk membeli ulang produk Garuda Indonesia karena kualitas dari ketepatan waktu (*On Time Performance*).

Menurut Thamrin dan Francis (2012), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Di dalam hipotesis ini, responden akan membeli ulang jasa maskapai penerbangan Garuda Indonesia karena kualitas dari ketepatan waktu yang sudah dialami responden dimasa lalu tersebut. Pengalaman yang sudah terjadi pada saat menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia menjadi faktor konsumen ingin

membeli ulang produk dari Garuda Indonesia.

Hipotesis 2

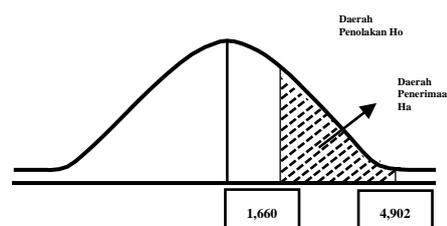
H2a: Terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Referensial

H2o: Tidak terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Referensial

Untuk mengetahui apakah *On Time Performance* (X) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap Minat Referensial (Y_1). Dalam uji t, memiliki suatu perumusan hipotesis yaitu : $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak adanya hubungan) dan $H_a : \beta_1 \neq 0$ (adanya pengaruh). Apabila H_0 diterima memiliki syarat $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian parsial antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Referensial (Y_2), diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,902 dengan tingkat signifikansi 0,000 dilihat berdasarkan pada tabel 19 dan t_{tabel} sebesar 1,660 dilihat dari jumlah responden 100 responden. Penulis menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan syarat nilai $sig < 0,05$. Untuk mencari t_{tabel} , yaitu menggunakan tabel nilai distribusi t dengan rumus jumlah responden $(n) - 2$ untuk taraf signifikansi 0,05 dan menggunakan 1 *tailed*. Dari data tersebut dapat diperoleh hasil, yaitu :

- 1) Nilai $t_{hitung} 4,902 > t_{tabel} 1,660$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Nilai $sig 0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.



Dari gambar diatas, dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel *On Time Performance* terhadap (X) Minat Referensial (Y).

Menurut Ferdinand (2002) mengenai Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Dapat disimpulkan bahwa responden positif tidak ragu untuk merekomendasikan Garuda Indonesia kepada teman dan

keluarga, serta akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain tentang jasa maskapai Garuda Indonesia.

Menurut Kotler dan Keller (2009), dimana sikap konsumen akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negative orang lain terhadap alternative yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Pada hipotesis ini, responden tidak ragu merekomendasikan Garuda Indonesia kepada orang lain, dimana sesuai dengan teori Kotler dan Keller ini, dimana jika ada orang lain yang merekomendasikan Garuda Indonesia dengan positif maka konsumen lainnya akan menuruti berdasarkan rekomendasi orang lain tersebut.

Hipotesis 3

H3a: Terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Preferensial H3o:

Tidak terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Preferensial Untuk mengetahui apakah *On Time*

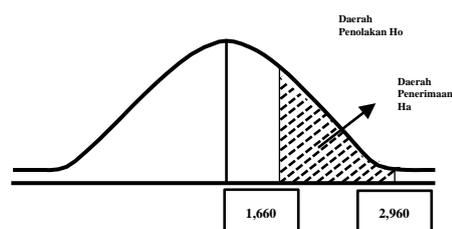
Performance (X) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap Minat

Preferensial (Y_3). Dalam uji t, memiliki suatu perumusan hipotesis yaitu : $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak adanya hubungan) dan $H_a : \beta_1 \neq 0$ (adanya hubungan).

Apabila H_0 diterima memiliki syarat $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian parsial antara variabel OTP (X) terhadap Minat Preferensial (Y_3), diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,960 dengan tingkat signifikansi 0,004 dilihat berdasarkan pada tabel 19 dan t_{tabel} sebesar 1,660 dilihat dari jumlah responden 100 responden. Penulis menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan syarat nilai sig < 0,05. Untuk mencari t_{tabel} , yaitu menggunakan tabel nilai distribusi t dengan rumus jumlah responden (n) – 2 untuk taraf signifikansi 0,05 dan menggunakan 1 tailed. Dari data tersebut dapat diperoleh hasil, yaitu:

- 1) Nilai $t_{hitung} 2,960 > t_{tabel} 1,660$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Nilai sig 0,004 < 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.



Dari gambar diatas, dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Preferensial (Y).

Menurut Ferdinand (2002) mengenai Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Dapat disimpulkan bahwa responden positif lebih suka memilih maskapai penerbangan Garuda Indonesia dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya dengan perbandingan *On Time Performance* (ketepatan waktu) yang dimiliki, serta lebih memilih maskapai penerbangan Garuda Indonesia dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya dengan perbandingan pelayanan atau *service* yang dimiliki.

Hipotesis 4

H4a: Terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Eksplorasi

H4o: Tidak terdapat pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Eksplorasi Untuk mengetahui apakah *On Time*

Performance (X) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap Minat

Eksplorasi (Y_4). Dalam uji t, memiliki suatu perumusan hipotesis yaitu : $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak adanya hubungan) dan $H_a : \beta_1 \neq 0$ (adanya hubungan).

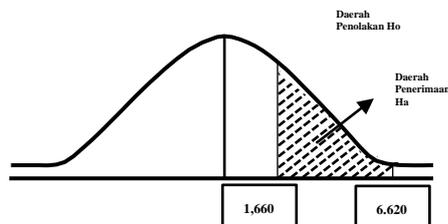
Apabila H_0 diterima memiliki syarat $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian parsial antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Eksplorasi (Y_4), diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,620 dengan tingkat signifikansi 0,000 dilihat berdasarkan pada tabel 19 dan t_{tabel} sebesar 1,660 dilihat dari jumlah responden 100 responden. Penulis menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan syarat nilai sig < 0,05. Untuk mencari t_{tabel} ,

yaitu menggunakan tabel nilai distribusi t dengan rumus jumlah responden $(n) - 2$ untuk taraf signifikansi 0,05 dan menggunakan

1 *tailed*. Dari data tersebut dapat diperoleh hasil, yaitu:

- 1) Nilai $t_{hitung} 6,620 > t_{tabel} 1,660$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Nilai $sig 0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.



Dari gambar diatas, dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Eksplorasi (Y).

Menurut Ferdinand (2002) mengenai Minat Eksplorasi, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa responden positif ketika memerlukan jasa penerbangan akan selalu mencari informasi mengenai ketersediaan penerbangan pada Garuda Indonesia, selalu mencari informasi mengenai penawaran- penawaran promosi dari Garuda Indonesia, dan selalu mencari informasi mengenai produk dari Garuda Indonesia (*Souvenir, Paket Tour, Garuda Miles*).

Pada Lucas & Britt (2012) dalam faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di bagian Keyakinan (*Conviction*) adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli. Pada hipotesis ini, konsumen memiliki keyakinan pada produk- produk Garuda Indonesia dilihat dari responden yang selalu mencari informasi mengenai penawaran dan promosi dari Garuda Indonesia yang sudah percaya mengenai kualitas serta keuntungan dari promosi-promosi Garuda Indonesia tersebut.

PENUTUP

1) Simpulan

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai "Pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk." dapat disimpulkan bahwa manajemen atau program yang dilakukan maskapai penerbangan Garuda Indonesia untuk memaksimalkan kinerja dalam bidang ketepatan waktu (*On Time Performance*), dimana PT. Garuda Indonesia memperhatikan dari segala bidang, yaitu: *Ramp Handling, Terminal Handling, Operational Handling, Technical Problem, Eksterns*. Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga program dari Garuda Indonesia tersebut sudah sangat lengkap sehingga meminimalisir adanya *delay* atau keterlambatan.

Selanjutnya, dapat disimpulkan juga dari hasil temuan pengaruh *On Time Performance* pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Pada minat beli ulang konsumen yaitu sebesar 32% yang artinya bahwa variable *On Time Performance* (X) berkorelasi positif dengan variable Minat Beli Ulang (Y), dengan tingkat hubungan sedang. Karena, *On Time Performance* itu sendiri adalah salah satu dari berbagai faktor konsumen mengambil keputusan untuk membeli ulang jasa Garuda Indonesia. *On Time Performance* masuk di dalam salah satu variable kesesuaian harapan, dimana konsumen akan mengharapkan penerbangan sesuai dengan jadwal. Jadi, Dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *On Time Performance* (X) terhadap Minat Beli Ulang (Y) sebesar 32% dan sisanya 68% merupakan faktor dari faktor-faktor lain seperti pelayanan, bagasi, *check-in counter*, fasilitas, pengalaman, serta variable penilaian pelanggan yang sudah dirasakan konsumen pada saat penerbangan sebelumnya.

Dari segi *On Time Performance* menjadi alasan utama konsumen mempunyai minat beli ulang, dapat dilihat dari data di atas bahwa *On Time Performance* bukan menjadi satu-satunya alasan konsumen membeli ulang jasa penerbangan Garuda Indonesia. Walaupun berdasarkan data tingkat hubungannya baik, alasan konsumen memutuskan untuk membeli ulang jasa

penerbangan Garuda Indonesia sebesar 32% yang dipengaruhi oleh *On Time Performance*. Artinya masih terdapat aspek lain di luar *On Time Performance* sebesar 68% yang mempengaruhi minat beli ulang jasa penerbangan Garuda Indonesia.

2) Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Tetap mempertahankan dan bahkan mengembangkan manajemen *On Time Performance* dari semua aspek, yaitu: *Ramp Handling, Terminal Handling, Operational Handling, Technical Problem, Eksterns*. Terlebih pada aspek *Eksterns* (cuaca, *airport security*, *crew* pesawat yang terlambat) yang tidak bisa diduga-duga. Karena *On Time Performance* adalah salah satu faktor yang sulit diterapkan atau dilaksanakan oleh maskapai penerbangan yang lainnya. *On Time Performance* juga adalah faktor yang sangat kuat bagi konsumen mementingkan perjalanan yang sesuai jadwal atau yang mempunyai jadwal yang sudah teratur.
2. Untuk penelitian mengenai *On Time Performance* selanjutnya bisa difokuskan terhadap kinerja *On Time Performance* sehingga dapat memperluas dan lebih jelas mengenai bagaimana kinerja di bidang *On Time Performance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Annafik, AF dan M. Rahardjo. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap keputusan Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Ss Cabang Kedungmundu Semarang)*. Journal Of Management.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, edisi 2*. Semarang: BP UDIP.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta
- Lucas, DB, & Britt, SH. 2012. *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Mulyanto, Hadi Felix. 1999. *Ground Handling dan Tata Operasi Darat*. Bandung: Gramedia Pustaka Utama.
- Nasr, AY. 2008. *The Management Guide to Airlines Indicators, Terms, Definition and Methodology The Building Blocks for Examination of Trends and Projections*. Phillips Business Information Inc.
- Nasution, MN. 2015. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prince JT, Simon DH. 2014. *Do Incumbents Improve Service Quality in Response to Entry? Evidence from Airlines' On-Time Performance*. Indiana University.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Cara Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*. Yogya: Gava Media
- Puspitasari, Diana. 2006. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Maskapai Penerbangan Garuda Keberangkatan Semarang)* [Tesis]. Semarang (SMG): Universitas Diponegoro.
- Salim, HA Abas. 1993. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Siregar, Syofian. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suzuki, Yoshinori. 1999. *The Relationship Between On-Time Performance and Airline Market Share: a New Approach*. Department of Logistics, Operations and MIS, College of Business, Iowa State University, 300 Carver Hall, Ames, IA 50011, USA.