

**DIMENSI KUALITAS LAYANAN PEMBENTUK KEPUASAN
KONSUMEN P.T. GARUDA INDONESIA AIRLINES**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Daniel Kristanto Utomo

NPM : 06 03 16110

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JULI 2011**

**DIMENSI KUALITAS LAYANAN PEMBENTUK KEPUASAN
KONSUMEN P.T GARUDA INDONESIA AIRLINES**

Disusun oleh :

Daniel Kristanto Utomo

NPM : 06 03 16110

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



C. Handoyo Wibisono MM., Dr.

Tanggal 14 Juni 2011

SKRIPSI

Dimensi Kualitas Layanan Pembentuk Kepuasan Konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Daniel Kristanto Utomo

NPM : 06 03 16110

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 8 Juli 2011 dan
dinyatakan memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



(C. Handoyo Wibisono, MM., Dr.)

Anggota Panitia Penguji



(C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.)

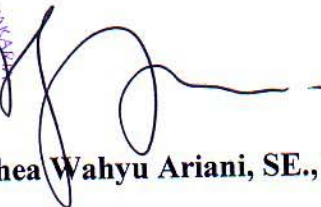


(P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.)

Yogyakarta, 18 Juli 2011

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE., MT.)

PERNYATAAN

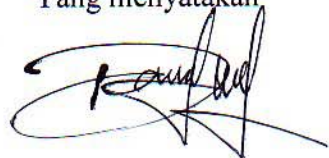
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

DIMENSI KUALITAS LAYANAN PEMBENTUK KEPUASAN KONSUMEN P.T GARUDA INDONESIA AIRLINES

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2011

Yang menyatakan



Daniel Kristanto Utomo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan- Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Dimensi Kualitas Layanan Pembentuk Kepuasan Konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus kepada beberapa pihak yang berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus di Surga, sebab hanya karena rahmat, cinta kasih dan berkatNya yang melimpah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak C. Handoyo Wibisono MM., Dr. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Kedua orang tuaku, juga adikku Kevin yang tidak lelah memberikan kepercayaan, perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moril serta materiil.
4. Ku Nik, Ku Tjwan, Wak Ruth & *family* yang sudah kasih semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, GBU all....
5. Teman-teman senasib dan seperjuanganku Nora, Guntur, Ajeng, Satria yang telah menemani, membantuku serta mendukungku selama ini dari awal hingga saat ini, semoga persahabatan kita terjalin selamanya dan kita semua menjadi orang yang berhasil nantinya.
6. Teman-temanku Banang, RiQ-Tron, Ollson-bee, Yonatan, Nyun2, Antolny, yang sudah memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. *Luv u all guys!!*
7. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk ini dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi terciptanya kesempurnaan pada skripsi ini. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis

Daniel Kristanto Utomo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Masalah-masalah kita adalah buatan manusia, maka dari itu, dapat diatasi oleh manusia. Tidak ada masalah dalam takdir manusia yang tidak terjangkau oleh manusia”

~John F. Kennedy

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Papa dan Mama tercinta
dan juga,
Semua orang yang mengasihiku

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Intisari	xv
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika penulisan	9
 BAB II Landasan Teori	 10
2.1. Pengertian Pemasaran Jasa	11
2.2. Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	12
2.2.1. Pengertian Jasa	12
2.2.2. Karakteristik Jasa.....	13
2.3. Teori Tentang Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.1. Pengertian Pelayanan.....	16
2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.3.3. Dimensi Kualitas Layanan Jasa	18

2.3.4. Model Konseptual SERVQUAL	21
2.4. Teori Tentang Harapan/ Ekspektasi Pelanggan.....	25
2.5. Teori Tentang Kepuasan Pelanggan	32
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	32
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan	33
2.5.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan	34
BAB III Metode Penelitian	37
3.1. Metode Pengambilan Sampel	37
3.1.1. Populasi	37
3.1.2. Metode Pengambilan Sampel	37
3.2. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.2.1. Data.....	38
3.2.2. Jenis Data.....	39
3.2.3. Metode Pengumpulan Data	39
3.3. Definisi Variabel dan Pengukurannya	41
3.3.1. Definisi Variabel.....	41
3.3.2. Variabel Penelitian.....	42
3.3.3. Pengukuran Variabel	43
3.3.4. Kelas Interval Mean.....	44
3.4. Desain Penelitian	44
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.5.1. Uji Validitas.....	45
3.5.2. Uji Reliabilitas	51
3.6. Teknik Analisis.....	53
3.6.1. Teknik Persentase	53
3.6.2. <i>Paired Sample T-Test</i>	54
3.6.3. <i>Independent Sample T-Test</i>	55
3.6.4. <i>One-Way Anova</i>	56
BAB IV Analisis dan Pembahasan	58

4.1. Statistik Deskriptif.....	58
4.2. Karakteristik Responden.....	59
4.2.1. Jenis Kelamin	59
4.2.2. Usia.....	60
4.2.3. Pekerjaan	60
4.3. Analisis Dimensi-Dimensi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Pembentuk Kepuasan Konsumen.....	61
4.3.1. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Variabel <i>Tangibles</i>	61
4.3.2. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Variabel <i>Reliability</i>	62
4.3.3. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Variabel <i>Responsiveness</i>	63
4.3.4. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Variabel <i>Assurance</i>	64
4.3.5. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Variabel <i>Empathy</i>	65
4.3.6. Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Kelima Variabel Dimensi Kualitas Layanan Secara Keseluruhan	66
4.4. Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Kelima Dimensi Kualitas Layanan Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Responden	67
4.4.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.4.2. Berdasarkan Usia.....	70
4.4.3. Berdasarkan Pekerjaan	72
4.5. Pembahasan	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran.....	78
 Daftar Pustaka	80

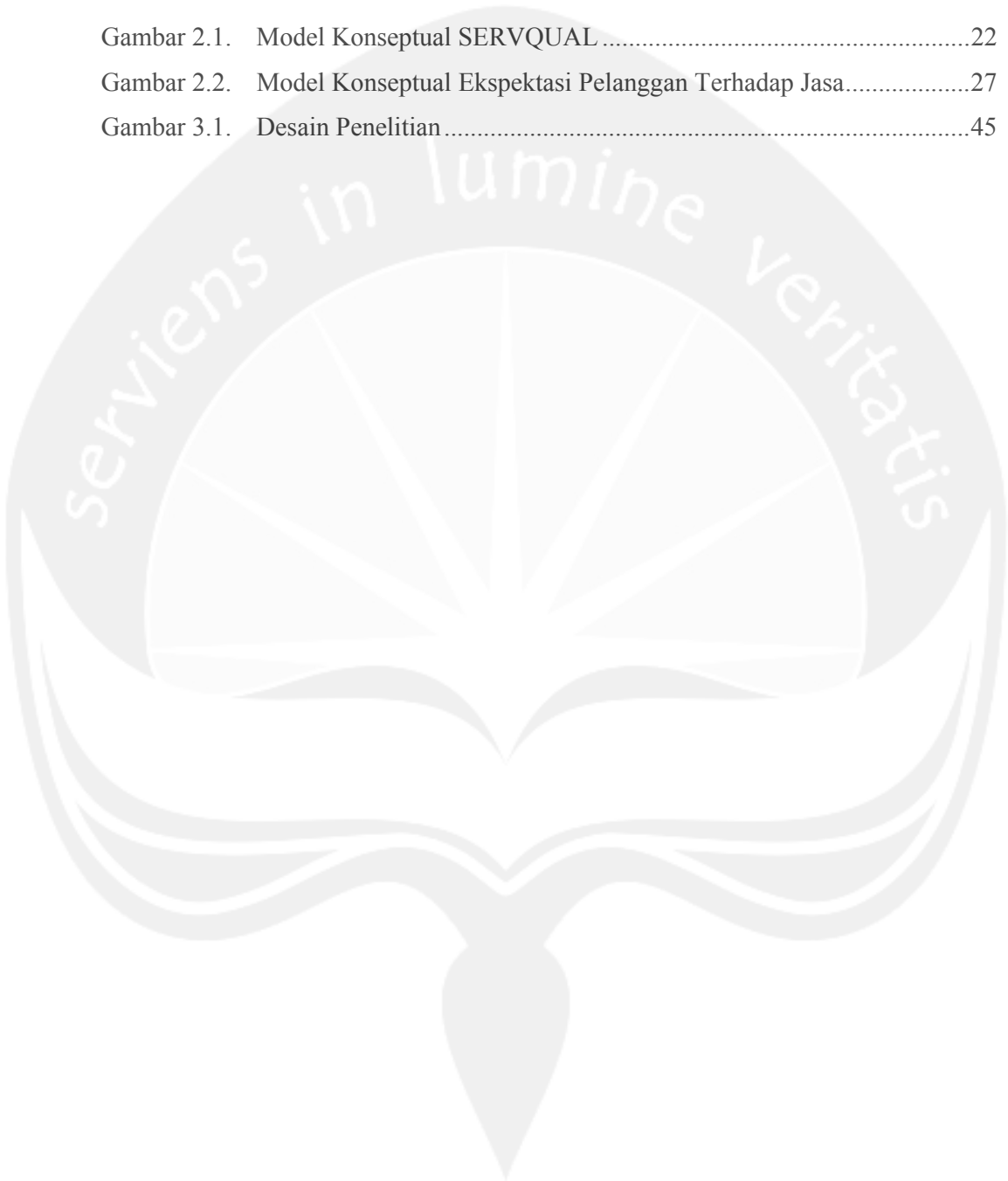
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas Setelah Revisi.....	49
Tabel 3.3.	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Untuk Variabel <i>Tangibles</i>	61
Tabel 4.5.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Untuk Variabel <i>Reliability</i>	62
Tabel 4.6.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Untuk Variabel <i>Responsiveness</i>	64
Tabel 4.7.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Untuk Variabel <i>Assurance</i>	65
Tabel 4.8.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Untuk Variabel <i>Empathy</i>	66
Tabel 4.9.	Tabel Hasil Analisis Perbandingan Persepsi dan Ekspektasi Untuk Kelima Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan	67
Tabel 4.10.	Perbedaan Penilaian Ekspektasi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.11.	Perbedaan Penilaian Persepsi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.12.	Perbedaan Penilaian Ekspektasi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Usia.....	70

Tabel 4.13. Perbedaan Penilaian Persepsi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.14. Perbedaan Penilaian Ekspektasi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.15. Perbedaan Penilaian Persepsi <i>Tangibles</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Konseptual SERVQUAL	22
Gambar 2.2.	Model Konseptual Ekspektasi Pelanggan Terhadap Jasa.....	27
Gambar 3.1.	Desain Penelitian.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner	83
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas	91
Lampiran	III	Tabulasi Data	108
Lampiran	IV	Analisis <i>Paired Sample T-Test</i>	145
Lampiran	V	Analisis <i>Independent Sample T-Test</i>	152
Lampiran	VI	Analisis <i>One-Way Anova</i>	157

DIMENSI KUALITAS LAYANAN PEMBENTUK KEPUASAN KONSUMEN

P.T GARUDA INDONESIA AIRLINES

Oleh:

Daniel Kristanto Utomo

N.P.M. 06 03 16110

Dosen Pembimbing

C. Handoyo Wibisono, Dr., MM

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan maskapai penerbangan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan antara ekspektasi konsumen terhadap dimensi kualitas layanan yang seharusnya dimiliki oleh sebuah maskapai penerbangan dengan persepsi mereka setelah menggunakan jasa maskapai penerbangan milik P.T Garuda Indonesia Airlines.

Penelitian ini menggunakan survey, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan jasa maskapai penerbangan milik P.T Garuda Indonesia Airlines.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines secara keseluruhan tidak memenuhi ekspektasi mereka, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines tidak puas. Akan tetapi, apabila dilihat dari hasil analisis per dimensi, terbukti bahwa untuk dimensi *reliability*, *assurance*, dan *empathy*, konsumen P.T Garuda Indonesia Airlines puas, sedangkan untuk dua dimensi lainnya, yaitu *tangibles* dan *responsiveness*, konsumen tidak puas.

Kata Kunci: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, kepuasan konsumen