

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*SERVQUAL*), CITRA  
PERUSAHAAN (*CORPORATE IMAGE*), DAN KEPUASAN  
PADA GETHOK TULAR POSITIF SERTA NIAT BELI ULANG**

**Studi Pada Penerbangan Berbiaya Rendah di Indonesia**

**Skripsi  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:  
Maria Christina Dwi Oktavianti  
NPM : 10 03 18376**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
JANUARI 2015**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*SERVQUAL*), CITRA PERUSAHAAN (*CORPORATE IMAGE*), DAN KEPUASAN PADA GETHOK TULAR POSITIF SERTA NIAT BELI ULANG**

**Studi Pada Penerbangan Berbiaya Rendah di Indonesia**



**Disusun oleh:**  
**Maria Christina Dwi Oktavianti**  
**NPM: 10 03 18376**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ellyawati", is positioned below the title "Pembimbing".

**Dr. J. Ellyawati, MM.**

**10 Desember 2014**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*SERVQUAL*), CITRA PERUSAHAAN (*CORPORATE IMAGE*), DAN KEPUASAN PADA GETHOK TULAR POSITIF SERTA NIAT BELI ULANG**

**Studi Pada Penerbangan Berbiaya Rendah di Indonesia**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maria Christina Dwi Oktavianti**

**NPM: 10 03 18376**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 14 Januari 2015

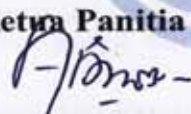
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi


(S1) Program Studi Manajemen

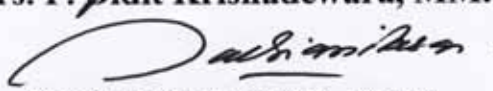
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

  
**Dr. J. Ellyawati, MM.**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.**

  
**Nadia Nila Sari SE., MBA.**

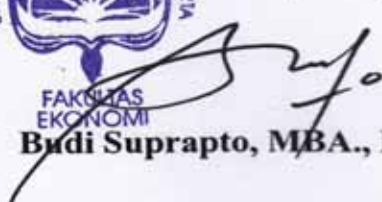
**Yogyakarta, 26 Januari 2015**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS  
EKONOMI**

  
**Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## **PERNYATAAN**

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

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*SERVQUAL*), CITRA PERUSAHAAN (*CORPORATE IMAGE*), DAN KEPUASAN PADA GETHOK TULAR POSITIF SERTA NIAT BELI ULANG**

**Studi Pada Penerbangan Berbiaya Rendah di Indonesia**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris 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, 10 Desember 2014

Yang Menyatakan



Maria Christina Dwi Oktavianti

Manusia boleh kehilangan segalanya,  
asal jangan harapannya,  
"meski malam gelap gulita sang surya tetap ada"  
Semua masalah akan berlalu  
Dengan kesabaran banyak masalah akan teratasi.

(FX. PRAJASUTA MSF)

Kamu bisa, dapat yang lebih baik,  
jika kamu mau, percaya, usaha,  
karena sayang kalau kamu menyerah dengan hanya cukup dapat segini,  
padahal kamu bisa dapat yang lebih baik,  
kamu harus berani dan bisa ambil keputusan sekarang  
Saya yakin kamu bisa dan mampu, sudah yang penting semangat pasti  
selesai

(Ibu J. Ellyawati)

Persembahan to :

Jesus Christ, i love soo much God

Papa & Mama

best friends

## KATA PENGANTAR

Dengan bersyukur pada Allah Bapa di Surga, Tuhan Yesus Kristus, dan Bunda Maria. Penulis bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan cukup tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan derajat kesarjanaann (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah memberi bimbingan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, menjadi tempat bercerita atau curhatan terdekat serta ternyaman saat penulis mengalami keadaan yang sempat *down* dan dalam suka duka penulis.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, nasihat, dan motivasi bagi penulis hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. P. Didit Krisnadewara, MM., dan Ibu Nadia Nila Sari SE., MBA., selaku dosen penguji yang atas kesediannya meluangkan waktu untuk menguji skripsi dan telah memberikan kemudahan, kelancaran, serta sangat membantu proses pada saat ujian pendadaran.

4. Papa Fransiscus Suyanto dan Mama Veronica Wiwien Susiati, sumber kebahagiaan yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, serta sumber utama pendonor dana dalam penyelesaian skripsi ini, dengan kesabaran, doa, serta dukungan yang membuat penulis semakin bersemangat.
5. Bapak Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, seluruh dosen, karyawan atau staff, satpam, kantin, OB, semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang membantu memberikan kelancaran, kemudahan dan kenyamanan selama penulis berada dan berkegiatan dikampus.
6. Ibu Endang dan Ibu Yenny, memberikan motivasi dan mengontrol penulis agar skripsi ini cepat selesai, serta bersedia meminjamkan buku yang sangat bermanfaat untuk penyelesaian skripsi ini.
7. My best friends Ayu Novi, Ko Gabo, Tere, Febri, Agatha Mayasari, serta adikku Yohanes Andhika Panji Prasetyo dan kakak Ignatius Bagus Putra W beserta kakak ipar Laurensia Utami, teman-teman FE dan FTI semua angkatan, teman-teman kelompok KKN Saptosari, teman-teman kerja di Shie and Milimoo butik, para responden, dan keluarga besar tercinta. Atas perhatian, doa, bantuan, atau buli-buli kalian terkadang yang membuat tambah semangat untuk bangkit, serta dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 Desember 2014

Maria Christina Dwi Oktavianti



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
DAFTAR PUSTAKA .....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II. LANDASAN TEORI .....	12
2.1. Kualitas Layanan/Jasa .....	12
2.1.1. Definisi layanan/jasa .....	12
2.1.2. Definisi kualitas layanan/jasa .....	13
2.1.3. Pengukuran kualitas layanan/jasa .....	14
2.2. Citra Perusahaan .....	15
2.3. Kepuasan Konsumen .....	17
2.3.1. Definisi kepuasan konsumen .....	17
2.3.2. Model kepuasan konsumen .....	18
2.3.3. Mengukur kepuasan konsumen .....	20

2.4. <i>Word-of-Mouth</i> (Komunikasi Gethok Tular) .....	21
2.5. Niat Beli Ulang .....	22
2.6. Studi Penelitian Terdahulu .....	23
2.7. Kerangka Penelitian .....	30
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	31
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
3.1. Lingkup Penelitian .....	38
3.1.1. Populasi dan sampel penelitian .....	38
3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3. Metode Pengukuran Data .....	39
3.4. Metode Pengujian Instrumen .....	40
3.4.1. Uji validitas .....	40
3.4.2. Uji reliabilitas .....	42
3.5. Metode Analisis Data .....	43
3.5.1. Analisis statistik deskriptif .....	43
3.5.2. Analisis regresi sederhana .....	44
3.5.3. Analisis regresi berganda .....	48
3.5.4. Analisis regresi dengan variabel mediasi ( <i>intervening</i> ) metode <i>path analysis</i> .....	48
<b>BAB IV. ANALISIS DATA</b> .....	<b>51</b>
4.1. Analisis Karakteristik Responden .....	51
4.2. Analisis Sederhana .....	56
4.2.1. Pengaruh kualitas layanan pada citra perusahaan .....	56
4.2.2. Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan .....	56
4.2.3. Pengaruh kualitas layanan pada gethok tular positif .....	57
4.2.4. Pengaruh kualitas layanan pada niat beli ulang .....	58
4.2.5. Pengaruh citra perusahaan pada kepuasan .....	59
4.2.6. Pengaruh citra perusahaan pada niat beli ulang .....	60
4.2.7. Pengaruh citra perusahaan pada gethok tular positif .....	60
4.2.8. Pengaruh kepuasan pada gethok tular positif .....	61
4.2.9. Pengaruh kepuasan pada niat beli ulang .....	62

4.3. Analisis Berganda .....	63
4.3.1. Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan pada Kepuasan .....	63
4.3.2. Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan pada gethok tular positif .....	64
4.3.3. Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan pada niat beli ulang .....	65
4.3.4. Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pada gethok tular positif .....	66
4.3.5. Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pada niat beli Ulang .....	67
4.3.6. Pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pada niat beli Ulang .....	68
4.3.7. Pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pada gethok tular Positif .....	69
4.3.8. Pengaruh terkuat diantara variabel dimensi kualitas layanan ( <i>tangible features, schedules, ground staff,</i> <i>airline staff</i> ) pada kepuasan .....	70
4.3.9. Pengaruh total terkuat diantara variabel kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pada gethok tular positif .....	71
4.3.10. Pengaruh total terkuat diantara variabel kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pada niat beli ulang .....	72
4.4. Analisis Dengan Variabel Mediasi ( <i>Intervening</i> ) Metode <i>Path</i> <i>Analysis</i> .....	73
4.5. Pembahasan .....	80
BAB V. PENUTUP .....	84
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Implikasi Manajerial .....	86
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	87

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.2. Uji Validitas .....	41
Tabel 3.3. Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	52
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan .....	54
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Maskapai Sering Digunakan .....	54
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penerbangan Dalam Satu Tahun Terakhir .....	55
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan Pada Citra Perusahaan .....	56
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan .....	57
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan Pada Gethok Tular Positif .....	57
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan Pada Niat Beli Ulang .....	58
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Citra Perusahaan Pada Kepuasan .....	59
Tabel 4.16. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Citra Perusahaan Pada Niat Beli Ulang .....	60

Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Citra Perusahaan Pada Gethok Tular Positif .....	61
Tabel 4.18. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan Pada Gethok Tular Positif .....	61
Tabel 4.19. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan Pada Niat Beli Ulang .....	62
Tabel 4.20. Hasil Uji Berganda Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Pada Kepuasan .....	63
Tabel 4.21. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Pada Gethok Tular Positif .....	64
Tabel 4.22. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Pada Niat Beli Ulang .....	65
Tabel 4.23. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pada Gethok Tular Positif .....	66
Tabel 4.24. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pada Niat Beli Ulang .....	67
Tabel 4.25. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pada Niat Beli Ulang .....	68
Tabel 4.26. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pada Gethok Tular Positif .....	69
Tabel 4.27. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Terkuat Kualitas Layanan ( <i>tangible features, schedules, ground staff, airline staff</i> ) Pada Kepuasan .....	70
Tabel 4.28. Hasil Pengaruh Total Terkuat Antara Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pada Gethok Tular Positif .....	71
Tabel 4.29. Hasil Pengaruh Total Terkuat Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pada Niat Beli Ulang .....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian Terdahulu I (Okeudo Geraldine dan Chikwendu David U, 2013) .....	30
Gambar 2.2. Model Penelitian Terdahulu II (Chung-Wei Kuo dan Mei-Ling Tang, 2011) .....	30
Gambar 2.3. Model Penelitian .....	31
Gambar 3.4. Model Mediasi (Reuben M. Baron dan David A. Kenny, 1986)	49
Gambar 4.5. <i>Path Analysis</i> Kualitas Pada Kepuasan Dengan Variabel Mediasi Citra Perusahaan .....	74
Gambar 4.6. <i>Path Analysis</i> Kualitas Layanan Pada Gethok Tular Positif Dengan Variabel Mediasi Citra Perusahaan .....	75
Gambar 4.7. <i>Path Analysis</i> Kualitas Layanan Pada Niat Beli Ulang Dengan Variabel Mediasi Citra Perusahaan .....	76
Gambar 4.8. <i>Path Analysis</i> Kualitas Layanan Pada Gethok Tular Positif Dengan Variabel Mediasi Kepuasan .....	77
Gambar 4.9. <i>Path Analysis</i> Kualitas Layanan Pada Niat Beli Ulang Dengan Variabel Mediasi Kepuasan .....	78
Gambar 4.10. <i>Path Analysis</i> Citra Perusahaan Pada Gethok Tular Positif Dengan Variabel Mediasi Kepuasan .....	79
Gambar 4.11. <i>Path Analysis</i> Citra Perusahaan Pada Niat Beli Ulang Dengan Variabel Mediasi Kepuasan .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Frekuensi Profil Responden dengan IBM SPSS *Statistics Version 20*

Lampiran 3. Olah Data Validitas & Reliabilitas dengan IBM SPSS  
*Statistics Version 20*

Lampiran 4. Olah Data Regresi Sederhana dengan IBM SPSS  
*Statistics Version 20*

Lampiran 5. Olah Data Regresi Berganda dengan IBM SPSS *Statistics Version 20*

Lampiran 6. Tabel Hasil Data Responden

Lampiran 7. Tabel Distribusi Nilai T

Lampiran 8. Tabel F untuk 5%

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*SERVQUAL*), CITRA PERUSAHAAN (*CORPORATE IMAGE*), DAN KEPUASAN PADA GETHOK TULAR POSITIF SERTA NIAT BELI ULANG**

## **Studi Pada Penerbangan Berbiaya Rendah di Indonesia**

**Disusun oleh:**

**Maria Christina Dwi Oktavianti**

**NPM: 10 03 18376**

**Pembimbing**

**Dr. J. Ellyawati, MM.**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (*servqual*), citra perusahaan (*corporate image*), dan kepuasan pada gethok tular positif serta niat beli ulang, studi pada penerbangan berbiaya rendah di Indonesia. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh konsumen yang pernah menggunakan layanan maskapai penerbangan berbiaya rendah (*low cost carrier*), maskapai Lion Air dan atau Air Asia dalam waktu satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara (*purposive sampling*) dengan kriteria khusus bagi yang pernah memiliki pengalaman bepergian menggunakan maskapai tersebut dalam jangka waktu tertentu. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner pada 200 orang responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis statistik deskriptif, analisis *scale* reliabilitas dan validitas, analisis regresi sederhana, dan analisis regresi berganda (*path analysis*) dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistics version 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh paling kuat diantara empat dimensi variabel (*tangibles features, schedules, ground staff, airline staff*) dalam kualitas layanan pada kepuasan konsumen yaitu variabel *staff penerbangan (airline staff)*. Pengaruh paling kuat pada gethok tular positif diantara tiga variabel independen yaitu kualitas layanan, sedangkan pengaruh paling kuat pada niat beli ulang yaitu variabel citra perusahaan. Dilihat dari hubungan secara keseluruhan, citra perusahaan sebagai variabel mediasi antara hubungan kualitas layanan pada kepuasan konsumen, dan hubungan kualitas layanan pada gethok tular positif dengan bentuk mediasi *partial mediation*. Citra perusahaan sebagai variabel mediasi antara hubungan kualitas layanan dengan niat beli ulang dengan bentuk mediasi penuh (*full mediation*). Sedangkan kepuasan sebagai variabel mediasi bentuk *partial mediation* antara hubungan kualitas layanan pada gethok tular positif, kualitas layanan pada niat beli ulang, citra perusahaan pada gethok tular positif, citra perusahaan pada niat beli ulang.



**Kata kunci:** Kualitas layanan, Citra perusahaan, Kepuasan, Gethok tular positif, dan Niat beli ulang.

