

The Effect of the Quality of Covid-19 Handling Services on the Satisfaction of Air Transportation Service Users at Garuda Indonesia Airlines at Juanda Airport Sidoarjo

Refalda Jeans Bagtira^{1*}, Nanik Riananditasari²

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRACT: This study aims to determine partially and simultaneously the influence of the service quality dimension on the satisfaction of Garuda Indonesia airline service users at Juanda Airport Sidoarjo. This research uses quantitative methods. Data collection techniques by distributing questionnaires with a sample of 196 respondents. Service quality has a significant positive impact on passenger satisfaction on Garuda Indonesia airlines simultaneously. However, there are only four variables that have a positive and significant influence on the satisfaction of air transportation service users partially, namely tangible, reliability, assurance, and empathy, while one other variable, namely responsiveness, has no significant effect. The influence of the service quality variable that is more dominant on passenger satisfaction is reliability. The results showed that 68.6% of Garuda Indonesia's customer satisfaction was influenced by service quality.

Keywords: service quality, handling of covid-19, Garuda Indonesia, customer satisfaction.

Corresponding Author: refalda.jeanss@gmail.com

Pengaruh Kualitas Pelayanan Penanganan *Covid-19* Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Udara Pada Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Juanda Sidoarjo

Refalda Jeans Bagtira^{1*}, Nanik Riananditasari²

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Juanda Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan sampel berjumlah 196 responden. Kualitas pelayanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan penumpang pada maskapai Garuda Indonesia secara bersamaan. Namun, hanya terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara secara parsial yaitu tangible, reliability, assurance, dan empathy, sedangkan satu variabel lainnya yaitu responsiveness tidak berpengaruh signifikan. Pengaruh variabel kualitas pelayanan yang lebih dominan terhadap kepuasan penumpang yaitu reliability. Hasil penelitian menunjukkan 68,6% dari kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, penanganan covid-19, garuda indonesia, kepuasan pelanggan.

Submitted: 1 March; Revised: 16 March; Accepted: 26 March

Corresponding Author: refalda.jeanss@gmail.com

PENDAHULUAN

Wabah virus mematikan yang berasal dari Wuhan, China masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020. Virus yang merebak di penghujung tahun 2019, yang disebut *COVID-19*, kini sudah menyebar luas dan menjadi pandemic di penjuru dunia. *Coronavirus* adalah sekelompok virus yang menginfeksi hewan dan manusia. Virus tersebut menyebabkan infeksi saluran pernapasan pada manusia dengan gejala batuk dan pilek, hingga menyebabkan infeksi yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe.Acute Respiratory.Syndrome (SARS)*.

Wabah virus covid-19 di Indonesia mencakup seluruh provinsi di Indonesia, seperti dilansir dalam laman website covid19.go.id per tanggal 01 Mei 2021, Perkembangan pasien sembuh per 1 Mei, jumlah pasien sembuh melebihi angka 1,5 juta. Peningkatan sebanyak 4.344 pasien meningkatkan angka kesembuhan kumulatif. Per tanggal 1 Mei 2021 jumlah pasien yang membutuhkan perawatan medis meningkat 37 kasus dengan jumlah total sebanyak 100.250 kasus. Pada tanggal 1 Mei 2021, jumlah kumulatif pasien yang terdaftar dari kasus pertama hingga saat ini mencapai 1.672.880 untuk pasien yang dinyatakan positif RTPCR/TCM dan rapid antigen screening.

Dilansir dari laman website katadata.co.id pada 10 November 2020 bahwa pengumuman pemerintah mengenai pandemi virus *covid-19* sebagai bencana nasional ini berdampak negatif terhadap seluruh kegiatan transportasi. Perusahaan maskapai penerbangan global menjadi salah satunya yang diperkirakan mengalami kerugian hingga sekitar Rp 4.903 triliun sejak munculnya covid-19 dan adanya pembatasan rute penerbangan internasional. Pada 24 Maret 2020, Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) mengakumulasikan secara kasar bahwa kerugian perusahaan penerbangan global bakal mencapai US\$ 252 miliar. Pendapat ini konsisten dengan terjadinya pengurangan hingga 55% pendapatan pengguna jasa angkutan udara di tahun 2020 dibandingkan dengan periode tahun lalu.

Pandemi global covid-19 juga merugikan maskapai penerbangan di Indonesia. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) sedang mempertimbangkan beberapa insentif diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diprediksi meningkatkan kerugian perusahaan. Pada 09 April 2020, Regulasi diterbitkan oleh Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor 18 Tahun 2020 mengenai pengelolaan aturan gerak moda transportasi untuk mencegah penyebaran *Covid-19*, kapasitas penumpang berkurang 50% dari batas normal.

Informasi tersebut ditanggapi dan tidak menggoyahkan kepercayaan Presiden Direktur PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk untuk tetap yakin dalam perkembangan perusahaan. Salah satu dampak negatif dari wabah Wuhan di China terhadap perusahaan adalah penurunan kapasitas produksi perjalanan udara rute domestik dan internasional sebagai dampak dari penurunan permintaan pasar. Perusahaan memprioritaskan keselamatan dan layanan penerbangan dan karyawan, menerapkan program hemat biaya, dan terlibat dalam diskusi intensif dengan pemegang saham perusahaan serta pemerintah, untuk mendapatkan dukungan yang dibutuhkan. Pada 1 Juni 2020, Indonesia mengalami kehidupan dengan kondisi "*new normal*" atau kegiatan dengan

penerapan protokol kesehatan yang ketat selama wabah Covid 19. Alhasil, roda bisnis perlahan berputar lagi, sehingga mendapatkan kesempatan untuk lepas dari resesi global yang membayangi.

Garuda Indonesia ingin menggunakan kampanye mereknya untuk meyakinkan pelanggannya bahwa terbang bersama Garuda sangat nyaman dan aman. Maskapai Garuda telah mengambil tindakan pencegahan, dengan menjalankan kebijakan operasional untuk memberikan keamanan dan kenyamanan kepada pelanggannya, serta telah menyesuaikan persyaratan dokumen penerbangan, kebijakan reroute/reschedule penerbangan, dan jadwal penerbangan operasional.

Garuda Indonesia sangat mengutamakan protokol kesehatan berkoordinasi dengan pihak bandar udara. Inti dari industri penerbangan adalah industri kesejahteraan, sehingga pelanggan yang datang perlu merasa aman dan nyaman, meskipun diberlakukan protokol kesehatan yang sangat ketat. Garuda Indonesia menjaga akan hal tersebut. Penerapan protokol kesehatan diterapkan di bandar udara dimulai dari sebelum masuk kawasan bandar udara seperti pengukuran suhu konsumen menggunakan *thermal camera*, pihak bandar udara hanya membuka akses pintu masuk di terminal keberangkatan secara terbatas. Hal tersebut berguna untuk memantau penumpang yang datang secara mudah. Setiap penumpang wajib mengenakan masker dengan benar. Tersedianya handsanitizer diberbagai titik area yang memberikan kemudahan kepada pengguna jasa angkutan udara untuk mencuci tangan, Tempat duduk untuk penumpang juga diberikan pembatasan tanda silang guna tetap menjaga jarak atau *seat distancing*. Pemeriksaan surat PCR/Antigen/Genose sebelum melanjutkan ke *check-in counter*, hingga tiba di kota tujuan terdapat pos pemeriksaan HAC/E-HAC.

Garuda Indonesia adalah maskapai yang mendapatkan penghargaan sebagai salah satu perusahaan penerbangan yang memiliki standar protokol kesehatan dan keselamatan tertinggi di dunia. Dilansir dari laman website *gatra.com* pada 15 Mei 2021, memberitahukan pada saat masa pandemi *covid-19* maskapai Garuda Indonesia mendapat keluhan dari seorang penumpang karena terjadinya kelonggaran protokol kesehatan yang tidak maksimal saat berada di dalam pesawat Garuda. Pramugari tidak menjalankan protokol kesehatan dengan benar karena tidak menegur penumpang yang menggunakan masker di dagu.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah bidang ilmu yang cukup muda. Di zaman modern ini, industri jasa menjadi sektor di bidang ekonomi yang berkembang pesat. Pertumbuhan tersebut terjadi karena adanya tuntutan dan kemajuan teknologi. Perkembangan dunia bisnis mengharuskan kinerja yang dijalankan oleh perusahaan berjalan dengan sempurna dari setiap langkahnya. Pemasaran berperan sebagai proses penjualan produk dinilai menjadi bagian yang menyatu dari organisasi. Kemajuan konsep pemasaran tetap berdasarkan fungsi dari

organisasi lainnya dan pada akhirnya tetap akan memiliki tujuan untuk memenuhi keinginan konsumen. Pemasaran yang efektif menciptakan nilai atau utilitas. Sebaliknya, hal tersebut dapat mencelakakan bisnis karena konsumen merasa tidak.puas akibat pemasaran yang tidak efektif. (Lupiyoadi, 2001) menjelaskan bahwa memasarkan jasa adalah promosi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengarah pada perpindahan kepemilikan. Pemasaran jasa adalah pemasaran yang tidak berwujud dan immaterial serta dilakukan ketika konsumen berdagang dengan produsen (Umar, 2003).

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan disebabkan dari kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Kualitas layanan memiliki lima aspek; *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

1) Bukti langsung / *Tangibles*

Tangibles terdiri dari penampilan fasilitas fisik seperti bangunan dan tata letak ruangan, kebersihan dan kenyamanan ruangan, terdapat tempat cuci tangan, tersedianya *handsanitizer*, tersedianya area parkir yang luas, kebersihan kabin, kelengkapan alat komunikasi, dan penampilan dari staf.

2) Keandalan / *Reliability*

Reliability adalah *skill* yang dijanjikan perusahaan ketika menyampaikan sebuah pelayanan. Pelayanan yang diberikan berupa penyampaian informasi secara akurat, menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat, dan memberikan pelayanan dimasa pandemi dengan handal dan tetap mentaati protokol kesehatan.

3) Ketanggapan / *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan staf untuk membantu penumpang dan memberikan layanan tanggap serta cepat. Waspada terhadap pelayanan pelanggan dengan mentaati protokol kesehatan, kecepatan menangani transaksi, dan penanganan keluhan konsumen meskipun di masa pandemi *covid-19*.

4) Jaminan / *Assurance*

Assurance seperti pengetahuan staf, kualitas, keramahan, kesopanan dalam melayani pelanggan di masa pandemic, keterampilan menginformasikan dengan mematuhi protokol keseahatan, kemampuan memberikan rasa aman, kemampuan menumbuhkan kepercayaan penumpang terhadap perusahaan bahwa semua berjalan sesuai dengan standar protokol kesehatan.

5) Empati / *Emphaty*

Emphaty adalah perhatian penuh dari perusahaan yang diberikan konsumen. Beberapa contoh seperti kemudahan dalam mencari informasi ke perusahaan, kemampuan cara berkomunikasi karyawan dengan jaga jarak terhadap konsumen, dan keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi usaha prioritas yang dipahami perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Memenuhi kebutuhan konsumen adalah tindakan yang dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Hal tersebut merupakan keinginan setiap pemilik jasa. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa secara berulang. Masalah kepuasan menjadi masalah masing-masing individu yang bersifat subyektif, kepuasan perorangan tidak selalu sama dengan kepuasan orang lain, meskipun jasa yang dilayangkan sama besarnya.

Konsumen setelah menikmati produk dan jasa akan menilai apakah produk dan jasa tersebut memenuhi atau tidak memenuhi harapan konsumen (Kanuk, 2007).

Ketentuan Perjalanan Dalam Masa Pandemi Covid-19

- a. Berdasarkan Surat Edaran Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (*Covid-19*) mengenai protokol sebagai berikut:
 - 1) Setiap individu yang melaksanakan perjalanan orang wajib menerapkan dan mematuhi protokol kesehatan 3M, yaitu: memakai masker, menjaga jarak dan menghindari kerumunan, serta mencuci tangan dengan sabun atau menggunakan handsanitizer.
 - 2) Pengetatan protokol kesehatan perjalanan orang yang perlu dilakukan berupa:
 - Penggunaan masker wajib dilakukan dengan benar menutupi hidung dan mulut;
 - Jenis masker yang digunakan oleh pelaku perjalanan adalah masker kain 3 lapis atau masker medis;
 - Tidak diperkenankan untuk berbicara satu arah maupun dua arah melalui telepon ataupun secara langsung sepanjang perjalanan dengan moda transportasi umum darat, perkeretaapian, laut, sungai, danau, penyeberangan, dan udara; dan
 - Tidak diperkenankan untuk makan dan minum sepanjang perjalanan penerbangan bagi perjalanan yang kurang dari 2 jam, terkecuali bagi individu yang wajib mengonsumsi obat dalam rangka pengobatan yang

jika tidak dilakukan dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan orang tersebut.

- b. Berdasarkan Surat Edaran Nornor: SE 34 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Surat Edaran Menteri Perhubungan Nomor SE 26 Tahun 2021 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dengan Transportasi Udara Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) dengan isi edaran wajib memenuhi persyaratan kesehatan, berupa:
- 1) Menunjukkan surat keterangan hasil negatif tes RT-PCR atau hasil negatif rapid test antigen yang sampelnya diambil dalam kurun waktu maksimal 2 x 24 jam sebelum keberangkatan, atau hasil negatif tes GeNose C19 di Barrdar Udara dalam kurun waktu 1 x 24 jam sebelum keberangkatan untuk penerbangan menuju Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, Denpasar;
 - 2) Menunjukkan surat keterangan hasil negatif tes RT-PCR yang sampelnya diambil dalam kurun waktu maksimal 3 x 24 jam atau hasil negatif rapid te:st antigen yang sampelnya diambil dalam kurun waktu maksimal 2 x 24 jam sebelum keberangkatan, atau hasil negatif tes GeNose C19 di Bandar Udara dalam kurun waktu 1 x 24 jam sebelum keberangkatan, untuk penerbangan dari dan ke daerah selain sebagaimana diatur pada butir 1); dan
 - 3) Khusus pada periode menjelang masa peniadaan mudik yang berlaku tanggal 22 April sampai dengan tanggal 5 Mei 2021 dan pasca masa peniadaan mudik yang berlaku tanggal 18 Mei sampai dengan tanggal 24 Mei 2021, wajib menunjukkan surat keterangan hasil negatif tes RT-PCR atau hasil negatif rapid test antigen yang sampelnya diambil dalam kurun waktu maksimal 1 x 24 jam sebelum keberangkatan, atau hasil negatif tes GeNose C19 di Bandar Udara dalam kurun waktu 1 x 24 jam sebelum keberangkatan.

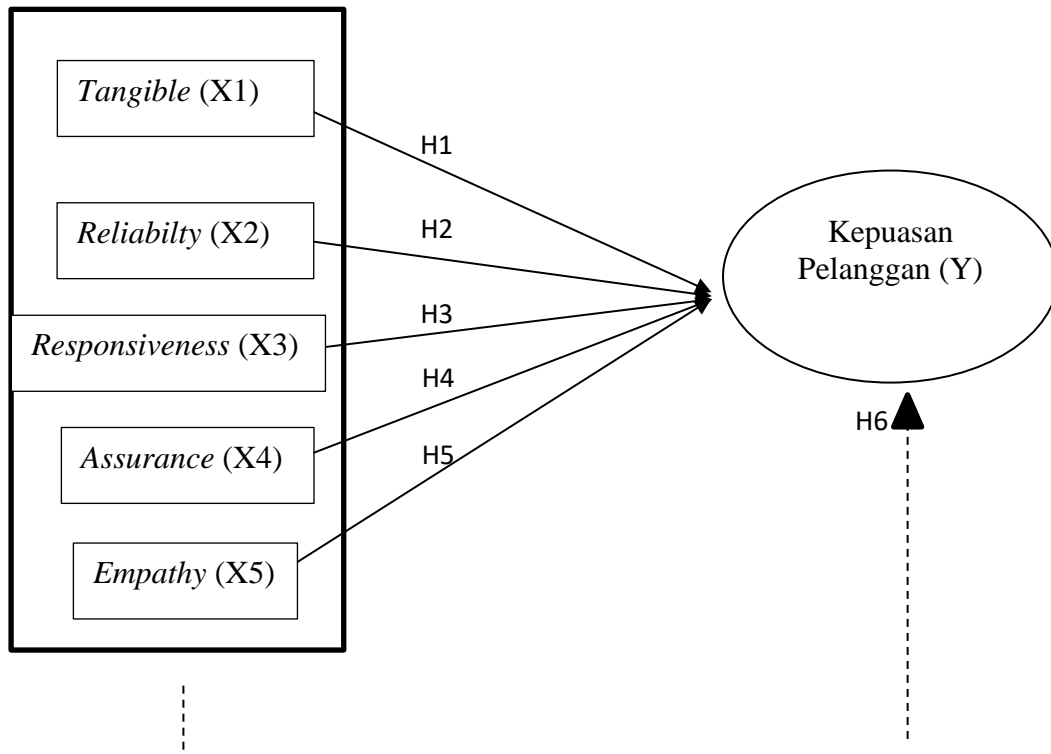
Hipotesis

- H1: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*tangible*) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Sidoarjo.
- H2: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*reliability*) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Sidoarjo.
- H3: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*responsiveness*) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Sidoarjo.
- H4: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*assurance*) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Sidoarjo.

H5: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*emphaty*) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Sidoarjo.

H6: Diduga dimensi Kualitas Pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara Maskapai Garuda Indonesia.

Kerangka Kontekstual



Gambar 1. Full Model Kerangka Pikiran

METODOLOGI

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis. Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan.

Populasi merupakan keseluruhan subyek atau obyek yang menjadi fokus dalam penelitian dengan memerhatikan beberapa karakteristik yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Maskapai Garuda Indonesia hanya memiliki 4 jadwal penerbangan dalam satu hari di bandar udara Juanda Sidoarjo, dimana diperkirakan 1 kali penerbangan terdapat 100 penumpang. Sehingga

populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang yang menggunakan jasa angkutan udara maskapai penerbangan Garuda Indonesia di bandar udara Juanda Sidoarjo yang berjumlah 400 orang.

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagian pengguna jasa angkutan udara maskapai Garuda Indonesia di bandar udara Juanda Sidoarjo. Menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus Isaac dan Michael karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti hanya berdasarkan perkiraan. Rumus Isaac dan Michael. Berdasarkan hasil dari rumus Isaac dan Michael diatas hasil yang diperoleh adalah 196 orang, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 196 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability sampling*, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Analisis Data

Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif, dan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan (kuesioner) berbentuk skala likert.. Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji F dan uji t serta koefisien determinasi. Pengolahan data menggunakan bantuan program software SPSS.

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$. Pada penelitian ini, validitas yang digunakan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Pertanyaan kuesioner dianggap valid apabila r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan, r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah menguji apakah kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Pengujian Reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 23 dengan melakukan uji statistik Alpha Cronbach. Pada uji ini, reliable jika α hitung $>$ 0,05 dimana kriteria sebagai berikut:

$\alpha \geq 0,05$ artinya instrumen reliabel.

$\alpha \leq 0,05$ artinya instrumen tidak reliabel.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis berganda pada dasarnya digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan penanganan *covid-19* sebagai variabel bebas

yang terdiri dari *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

d. Uji F

Pada dasarnya pengujian ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Jika hasil F-hitung $>$ F-tabel maka model yang dirumuskan sudah tepat (*goodness of fit*). Uji F dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- probalitas signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

e. Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hitung $>$ nilai t tabel, menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

f. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi perubahan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Koefisien determinasi akan menghasilkan persentase yang menunjukkan persentase variabel independen dalam mempengaruhi perubahan nilai variabel dependen di dalam model regresi.

HASIL PENELITIAN

Uji Hipotesis

Tabel 1 Hasil Uji F

No	Hasil F_{hitung}	Keterangan
1.	86,352	Ho ditolak dan Ha diterima

Tabel 2 Hasil Uji T

No	Hasil t_{hitung}	Keterangan
1.	2,716	Ho ditolak dan Ha diterima
2.	3,329	Ho ditolak dan Ha diterima
3.	0,211	Ho diterima dan Ha ditolak
4.	2,496	Ho ditolak dan Ha diterima
5.	2,095	Ho ditolak dan Ha diterima

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

No	Hasil Adjusted R Square	Keterangan
1.	0,686	Persentase koefisien determinasi sebesar 68,6%

Pengaruh kualitas pelayanan penanganan Covid-19 terhadap kepuasan penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Juanda Sidoarjo menunjukkan adanya pengaruh positif secara simultan. Artinya Hipotesis ditolak dan ada pengaruh positif yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

Pengaruh kualitas pelayanan penanganan Covid-19 secara parsial terhadap kepuasan penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Juanda Sidoarjo menunjukkan hanya terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa angkutan udara secara parsial yaitu *tangible reliability*, *assurance*, dan *emphaty*, sedangkan satu variabel lainnya yaitu *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan penanganan Covid-19 terhadap kepuasan penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Juanda Sidoarjo sebesar 68,6% yang terdiri lima dimensi *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5). Sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti seperti harga, biaya, efisiensi dan efektivitas.

PEMBAHASAN

Pembahasan yang dilakukan memiliki tujuan agar memberikan hasil dari penelitian. Berdasarkan hasil olah data, maka :

- **Uji F**

Hasil analisis diperoleh F_{hitung} sebesar $86,352 > F_{tabel}$ sebesar 2,26 dan nilai probabilitas value sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh variabel bebas (tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), dan empathy (X5)) secara simultan (bersamaan) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

- **Uji t**

a) **Tangibles:** Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui nilai T_{hitung} sebesar $2,716 > T_{tabel}$ sebesar 1,972 dan nilai probabilitas value sebesar $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel tangibles (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b) **Reliability:** Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui nilai T_{hitung} sebesar $3,329 > T_{tabel}$ sebesar 1,972 dan nilai probabilitas value sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel reliability (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

c) **Responsiveness:** Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui nilai T_{hitung} sebesar $0,211 < T_{tabel}$ sebesar 1,972 dan nilai probabilitas value sebesar $0,833 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel responsiveness (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

d) **Assurance:** Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui nilai T_{hitung} sebesar $2,496 > T_{tabel}$ sebesar 1,972 dan nilai probabilitas value sebesar $0,013 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel assurance (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

e) **Empathy:** Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui nilai T_{hitung} sebesar $2,095 > T_{tabel}$ sebesar 1,972 dan nilai probabilitas value sebesar $0,037 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel empathy (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

- **Koefisien Determinasi**

Nilai Adjusted R Square = 0,686, hal ini bermakna bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas; tangibles (X1), reliability (X2),

responsiveness (X3), assurance (X4), dan empathy (X5) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68,6% sedangkan sisanya ($100\% - 68,6\%$) = 31,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pengolahan data, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang menjawab pertanyaan dari beberapa rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas (tangibles, reliability, assurance, dan empathy) secara parsial atau masing-masing terhadap variabel dependent (terikat) yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel bebas responsiveness tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) secara simultan (bersama) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.
3. Variabel reliability menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan diantara dimensi variabel yang lain terhadap kepuasan pelanggan. Variabel reliability memiliki angka koefisien regresi terbesar sesuai dengan hasil standardized coefficients beta yaitu bernilai 0,610.
4. Besaran pengaruh variabel independent yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan sebesar 68,6% sedangkan nilai sisanya 31,4% ($100\% - 68,6\%$) dimana nilai tersebut dipengaruhi dan diperoleh dari faktor-faktor lain diluaran yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini penulis memberikan saran bagi perusahaan yaitu hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan evaluasi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam mempertahankan kepuasan penumpang maskapai Garuda Indonesia terutama di Bandar Udara Juanda, Sidoarjo. Terdapat 4 unsur dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yaitu tangibles (X1), reliability (X2), assurance (X4), dan empathy (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y), dimana unsur dimensi kualitas pelayanan responsiveness (X3) tidak terdapat pengaruh terhadap kualitas pelayanan (Y) sehingga maskapai Garuda Indonesia harus lebih memperhatikan dimensi kualitas pelayanan tersebut serta tetap mencari terobosan untuk semua dimensi-dimensi yang dapat meningkatkan kinerja dan pelayanannya.

PENELITIAN LANJUTAN

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang lebih bervariasi guna mendapatkan informasi mengenai pengaruh variabel terikat dari kepuasan pelanggan seperti, harga, biaya, efektivitas serta efisiensi pelayanan agar penelitian yang akan datang menjadi lebih lengkap karena masih ada pengaruh lain dari variabel-variabel independent lain di luar penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pembuatan Jurnal Penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri dikarenakan telah berjuang sejauh ini, selain itu ucapan terima kasih saya ucapkan kepada :

1. Orang tua saya yang telah memberikan dukungan dan doa dalam proses penulisan jurnal
2. Ibu Vidyana Mandrawaty, S.E., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
3. Ibu Nanik Riananditasari, S.S., M.A. selaku dosen pembimbing
4. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pengisian kuesioner

DAFTAR PUSTAKA

Chandra, F. T. (2005). *Service: Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Covid-19, S. T. (2021, 03 27). *Surat Edaran Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. Retrieved from SE KASATGAS 12 TAHUN 2021 KETENTUAN PERJALANAN ORANG DALAM NEGERI DALAM MASA PANDEMI COVID 19: <https://covid19.go.id/>

Evandio, A. (2020, 07 01). *Bos Garuda Indonesia (GIAA) Optimis Dapat Lalui Tantangan Covid-19*. Retrieved from Bisnis.com: <https://market.bisnis.com/>

- Fatimah, R. M. (2017). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI. *e-jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*, 59.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume Ketuju, No.2 September 2005*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia, K. P. (2021, 04 22). *Surat Edaran Nomor: 34 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Surat Edaran Menteri Perhubungan Nomor SE 26 Tahun 2021 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dengan Transportasi Udara Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19)*. Retrieved from SE 34 Tahun 2021: <https://covid19.go.id/>
- Kanuk, L. S. (2007). *Consumer Behaviour (9th ed.)*. London: Prentice Hall.
- Keller, P. K. (2006). *MArketiNg Management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. (A. Susanto, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

Nasional, T. K.-1. (2021, 05 01). *Pasien Sembuh Terus Meningkat Mencapai 1.526.978*. Retrieved from Satuan Tugas Penanganan COVID-19: <https://covid19.go.id/>

Oktaviani, Y. (2015). Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks Pranikah Remaja. *repository.upi.edu*, 55, 62, 66-69.

Oliveira, M. H. F. D. C., & Kusnanta, G. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI JASA PT SRIWIJAYA AIR. *Journal of Tourism and Economic Vol 1 No 1*, 28-37.

Panca. (2021, 04 17). *Abai Prokes, Penumpang Garuda Indonesia Berang*. Retrieved from Gatra Media Group: <https://www.gatra.com/>

Payne, A. (2003). *The Essence of Services Marketing, Penerjemah Fandy Tjiptono*. Yogyakarta: Andi.

Rehia Sebayang, C. I. (2020, 08 24). *Pandemi Bikin Kacau, Ini Strategi Garuda Demi Survive*. Retrieved from CNBC Indonesia, A Transmedia Company: <https://www.cnbcindonesia.com/>

Sekaran, U. (2003). *Research Methodes For Business. Third Edition*. United States of America: Southern Illinois University at Carbonadale.

- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kesembilan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- TBK, P. G. (2020, 02 13). *Garuda Indonesia Lakukan Disinfeksi Armada Sebagai Tindakan Antisipatif Penyebaran Virus Corona*. Retrieved from PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. All Rights Reserved: <https://www.garuda-indonesia.com/>
- Tiyono, A. (2012). *Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Express Airlines Di Bandara Babullah Ternate. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 19*.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2014). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES (Studi kasus konsumen di Kota Palembang)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 59.

Bagtira dan riananditasari

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2009). *Service marketing* (5th ed.).

Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.