

PENGARUH KUALITAS LAYANAN BANDARA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN BANDARA (SURVEI PADA BANDARA KLIA2 MALAYSIA)

Gugyh Susandy, Angelia Anggia Permata Norman, Dinda Rahma Aulia

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
Jl. Otto Iskandardinata No.7
Email : Dindara285@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 03-08-2022
Tgl. Diterima : 22-08-2022
Tersedia Online : 30-09-2022

Keywords:

[Manajemen operasional ,
Lean Hospital, RS Mutiara Hati
Pagaden Kab. Subang]

ABSTRACT

This research at to verify the effect of airport service quality on and airports' corporate image. Based on the existing literature, a structural model was proposed considering the suggested relationship between such constructs. Based on this model, a survey was elaborated through an electronic questionnaire, all Stie.Sutaatmadja Students who use airports being the target population. A total of 102 respondents who declared use of airports was obtained. The results showed that airport service quality can influence the corporate image of airports. Extending the existing literature, which was limited to investigate services provided only by airlines, there was also evidence that the influence of the con structs analyzed applies not only to services provided by airlines, but also to services in airport terminals. The findings lead to the conclusion that it is relevant that managers and administrators of airport terminals ensure the quality of services provided on the ground. The guarantee of such quality can influence directly and indirectly the corporate image of airports, even enabling the preservation of the government concession to operate the airport

PENDAHULUAN

Industri penerbangan menempati peringkat pertama sebagai salah satu sektor jasa yang paling banyak digunakan di dunia. Salah satunya Bandar Udara Penerbangan Murah (Low Cost-Carrier Airport) Malaysia yang baru yaitu Kuala Lumpur International Airport 2/ KLIA2 telah resmi beroperasi pada tanggal 2 Mei 2014 pukul 00.00 menggantikan Bandara Low Cost Carrier Terminal (LCCT).

Dibangunnya Bandar Udara Klia2 Malaysia diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta

meningkatkan lapangan pekerjaan baru. Terbukti menurut laporan khusus yang diterima redaksi www.dephub.go.id dari atase kedutaan perhubungan RI di Malaysia Bambang Sudaryono "saat ini Bandar Udara Klia2 Malaysia dapat menangani 70 juta penumpang per tahunnya seiring dengan berkembang dan pesatnya perjalanan menggunakan jalur udara dan persaingan di wilayah ASEAN"

Terminal baru yang dibangun khusus untuk mengatasi pertumbuhan bisnis maskapai penerbangan murah tersebut berdiri diatas lahan seluas 257,000 meter

persegi atau kurang lebih sama dengan 24 lapangan bola, memiliki 60 pintu kedatangan / keberangkatan, 80 garbarata (aerobridge). Selain berfungsi sebagai bandara yang khusus melayani penumpang penerbangan murah bandara yang memiliki konsep bandara di dalam mall (airport in the mall), diperkirakan akan menyaingi Bandara Changi di Singapura dan Bandara Svarnabhumi di Bangkok, Thailand. (dephub.go.id).

Gambar 1.1

Jumlah Penumpang Yang Dikendalikan Oleh Lapangan Terbang Antarabangsa, Malaysia, 2016-2020



Sumber : Kementerian Pengangkutan Malaysia | Ministry of Transport Malaysia

Peningkatan jumlah penumpang terjadi mulai pada tahun 2016 yang mencapai 52,424,244 juta penumpang, pada tahun 2017 sebanyak 58,463,343 juta penumpang, tahun 2018 sebanyak 59,888,169 juta penumpang, tahun 2019 sebanyak 62,257,422 juta penumpang, dan pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah penumpang yang dikendalikan Bandar Udara Klia2 Malaysia akibat pandemi covid-19 yaitu hanya mencapai 5,985,403 juta penumpang.

Menurut (Fodness & Murray, 2007). Mengingat pentingnya industri penerbangan bagi perekonomian, maka sudah selayaknya untuk mengembangkan penelitian yang akan memfasilitasi peningkatan dan optimalisasi operasional

bandara, sehingga menghasilkan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang. Kualitas layanan dapat mempengaruhi variabel persepsi dari pengguna layanan maskapai yang berbeda, seperti kepuasan, kepercayaan, nilai yang dirasakan, dan citra perusahaan (Bezerra & Gomes, 2015, 2020; Ruan, & Park, 2019; Sum Chau & Kao, 2009). Bandara ini diharapkan beroperasi sebagai satu kesatuan sebuah organisasi layanan mandiri yang menyediakan layanan yang efisien dan berkualitas untuk berbagai pelanggan (Bezerra & Gomes, 2016).

Berdasarkan pendekatan fungsional, Bezerra dan Gomes (2016) menganggap sistem terminal penumpang terdiri dari tiga bidang utama: antarmuka akses, area pemrosesan, dan antarmuka penerbangan. Menurut penulis, area pemrosesan fokus penelitian ini terdiri dari semua ruangan tempat penumpang menangani semua aktivitas yang terkait dengan keberangkatan, pemberhentian, atau kelanjutan penerbangan mereka. Layanan yang terkait dengan area check-in juga mencakup pensinyalan dan pembersihan terminal, lingkungan ruang tunggu, dan sikap pegawai yang memberikan pelayanan di bandara. Sehubungan dengan aktivitas penanganan, persepsi kualitas penumpang secara tradisional dikaitkan dengan efisiensi proses, waktu tunggu yang singkat, dan sikap positif dari tim layanan (Bezerra & Gomes, 2016; Fodness & Murray, 2007).

Pabedinskaite and Akstinaite (2014) and Prentice dan Kadan (2019) Sebuah studi tentang industri penerbangan menemukan bahwa pengaruh kualitas layanan mendapat perhatian yang terbatas dalam konteks penelitian di industri penerbangan, kebanyakan terbatas pada maskapai penerbangan dan mengabaikan bandara.

Berdasarkan hasil riset Skytrax dalam kategori World's Top 100 Airports 2022, Kuala Lumpur International Airport 2 (KLIA 2) berada di peringkat 62 turun 7 peringkat dari tahun 2021. Penurunan peringkat ini harus menjadi evaluasi manajemen bandara tersebut, mengingat bandara tersebut merupakan bandara tersibuk, seharusnya mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi mengingat banyaknya jumlah penumpang yang menggunakan jasa bandara Klia2 Malaysia. Adanya riset atau survey yang dilakukan Skytrax tiap tahunnya menandakan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh setiap bandara hal ini karena bandara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sehingga kepuasan dari pelanggan sangatlah penting (Ida, Vicenta dan Lilian, 2015).

Penulis merekomendasikan bahwa efisiensi operasional bandara harus dinilai dan kualitas layanan yang diberikan oleh bandara harus dievaluasi untuk meningkatkan operasi bandara. Oleh karena itu, survei ini mencoba menjawab pertanyaan pada survei berikut: Apakah kualitas layanan bandara mempengaruhi citra perusahaan bandara?

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan bandara terhadap citra perusahaan bandara. Studi ini merangkum karya Chang dan Yeh (2002) dan Song et al. (2019) tentang relevansi kualitas layanan dalam industri penerbangan, yang berfokus pada kualitas layanan di bandara, khususnya pelayanan yang berkaitan dengan area pengolahan terminal bandar udara, dan tidak terlalu membatasi studi pada maskapai penerbangan dalam literatur yang ada.

Sebagai dasar pemikiran manajemen, studi ini mendorong penerapan perspektif dan praktik pemasaran yang menurut

Fodness dan Murray (2007), dari tahun 1980-an tidak memiliki peran yang signifikan dalam pengelolaan bandara. Hal ini juga dengan tepat menunjukkan kepada pengelola bandar udara pentingnya menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam mendapatkan persetujuan pemerintah untuk mengoperasikan bandar udara. Terakhir, ini membantu mengatur faktor kualitas dan kondisi yang dirasakan oleh pengguna bandara yang dapat diadopsi oleh penyedia layanan bandara sebagai tolok ukur.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, kami menyajikan tinjauan literatur di Bagian 2. termasuk pengembangan model struktural yang menghubungkan konstruksi. Berikut ini, prosedur metodologis dijelaskan pada Bagian 3, Analisis data dijelaskan pada Bagian 4. Bagian 5 menjelaskan hasil. Akhirnya, kesimpulan ditarik dari penelitian, menekankan implikasi teoritis dan manajerial.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan Bandara

Sebuah teori yang dikemukakan oleh Gronroos (1984) mengkonseptualisasikan kualitas layanan sebagai hasil dari membandingkan layanan yang diharapkan pelanggan dengan layanan yang pernah mereka terima sejak tahun 1980-an (Mondo & Fiates, 2017). Teori ini menjadi dasar pengembangan metode pengukuran kualitas pelayanan di sektor penerbangan oleh Chang dan Yeh (2002), yang juga menjadi landasan teori penelitian ini. Chang dan Yeh (2002) mengusulkan bahwa mengukur pengalaman pelanggan berdasarkan kualitas layanan yang diterima adalah cara yang valid untuk mengukur kualitas akhir

yang dirasakan oleh konsumen. Bagi penulis, pengalaman ini merupakan faktor penting ketika mengevaluasi produk atau layanan tertentu, termasuk industri penerbangan.

Aspek penting dari kualitas pelayanan bandara adalah lingkungan fisik, bukan hanya di atas kapal (Hutchinson et al., 2013). Fodness dan Murray (2007) mempertimbangkan sejumlah aspek seperti lingkungan yang bersih dan nyaman, keamanan, kesopanan staf, dan ruang tunggu penumpang tentang layanan yang ditawarkan di bandara. Bezerra dan Gomes (2016) menunjukkan perlunya perhatian terhadap area penanganan bandara, area yang terkait dengan penumpang yang bepergian ke berbagai tujuan. Aktivitas di area ini berlangsung dari saat penumpang tiba di check-in hingga melewati keamanan dan keberangkatan. Ini termasuk apa yang dapat dilakukan penumpang selama waktu luang mereka di terminal. Beristirahat, ke kamar mandi, atau aktivitas lain yang disediakan bandara.

Menurut ANAC (2020), tingkat kualitas adalah layanan yang ditetapkan di bandara di bawah konsesi didasarkan pada standar internasional, yang sebelumnya diatur dalam perjanjian konsesi dan dikelola dan dipantau oleh ANAC sendiri.

Kenyamanan

Menurut Shoemaker dan Johike et al, 2002 dalam T. Meyer (2017 : 64) para karyawan yang hangat, santai dan menyenangkan menciptakan pertukaran pelanggan tenang dan kecemasan. Mengajukan pertanyaan yang relevan membantu pelanggan merasa nyaman.

Menurut Ganesh et al, 2005 dalam T. Meyer (2017 : 64) menemukan bahwa

pelanggan menampilkan tingkat tinggi keyamanan saat berinteraksi dengan karyawan garis depan cenderung lebih puas dengan layanan. Selain itu 24 Agnihotri, Rapp, dan Trainor et al, 2009 dalam T. Meyer (2017 : 64) memberikan bukti bahwa komunikasi informatif menyebabkan kepuasan.

Karyawan

Definisi karyawan menurut (Mardiasmo, 2011) adalah orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja baik sebagai pegawai tetap atau pegawai tidak tetap/tenaga kerja lepas berdasarkan perjanjian atau kesepakatan kerja baik secara tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu dengan memperoleh imbalan yang dibayarkan berdasarkan periode tertentu, penyelesaian pekerjaan atau ketentuan lain yang ditetapkan pemberi kerja, termasuk orang pribadi yang melakukan pekerjaan dalam jabatan negeri atau badan usaha milik negara atau badan milik daerah.

Keandalan Layanan

Menurut Tjiptono (2014:282) keandalan (reliability) kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Definisi yang sama juga diungkapkan oleh Rosalia dan Purnawati (2018:2447) bahwa bagaimana kemampuan perusahaan yang memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi. Sedangkan

menurut Supriyanto dan Ernawaty (2010:302) terdiri atas kemampuan pemberi layanan untuk memberikan pelayanan yang diharapkan secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan

Penanganan Kondisi Abnormal

Abnormal adalah suatu kondisi dimana kondisi tersebut dipandang aneh atau berbeda dari biasanya. Perilaku Abnormal adalah kondisi emosional seperti kecemasan dan depresi yang tidak sesuai dengan situasinya. Perilaku Abnormal terdiri dari dua kata yaitu Perilaku dan Abnormal. Perilaku menurut kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku seorang manusia /sikap seorang manusia, sedangkan Abnormal dapat didefinisikan sebagai hal yang jarang terjadi (seperti kidal) atau penyimpangan dari kondisi rata-rata (seperti tinggi badan yang ekstrem). (Wikipedia)

Jadi penanganan kondisi abnormal adalah dimana pihak perusahaan memberikan penanganan atas kenadala atau kecemasan akan kondisi yang dialami oleh pengunjung Bandara Klia2 Malaysia.

Kepercayaan Pelanggan

Menurut Rousseau, Sitkin, Burt, dan Camerer (1998), kepercayaan adalah keadaan psikologis yang melibatkan niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif tentang niat dan perilaku orang lain. Terkait dengan penyediaan layanan, Verhoef et al. (2002) melaporkan bahwa kepercayaan berhubungan positif dengan rujukan positif dari pelanggan yang telah menerima layanan dan memiliki kesan yang baik, mendorong mereka untuk mulai merekomendasikannya. Bagi penulis, pelanggan merekomendasikan layanan karena mereka merasa percaya diri, ini menjadi elemen yang relevan untuk

hubungan yang sukses antara pelanggan dan penyedia layanan.

Dalam industri penerbangan, Song et al. (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan memainkan peran yang relevan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Menurut penulis, ketika pelanggan merasakan kualitas tinggi yang diberikan kepada mereka, mereka memiliki lebih banyak kepercayaan pada penyedia layanan, dengan demikian kepercayaan pada penyedia layanan akan meningkat. Menurut Han dan Hwang (2015), kepercayaan memungkinkan hubungan antara penyedia dan `konsumen, dan memungkinkan mereka untuk melampaui transaksi sementara ke masa depan. Hal ini dapat membantu pemasok untuk mengurangi biaya yang terkait dengan pemasaran, komunikasi, dan survei yang menarik serta mempertahankan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Anderson dan Sullivan (1993), kepuasan pengalaman pelanggan dapat dicirikan sebagai penilaian pasca pembelian terhadap kualitas produk atau layanan tertentu dibandingkan dengan harapan sebelum pembelian. Hal ini kontras dengan Oliver dan Burke (1999), yang melihat kepuasan sebagai penilaian berdasarkan harapan yang dihasilkan dan kinerja layanan yang diterima. Oliver (1980) menemukan bahwa kepuasan pasca penggunaan adalah kombinasi linier dari harapan sebelumnya atau sikap dan harapan yang belum dikonfirmasi.

Dengan kata lain, kepuasan produk dan layanan telah digambarkan sebagai keadaan psikologis yang terjadi ketika emosi di sekitar harapan terkait dengan perasaan konsumen tentang pengalaman mereka (Oliver, 1981). Sum Chau dan Kao

(2009) mengkonseptualisasikan kepuasan sebagai pengalaman pelanggan dengan konsumen terhadap pemenuhan apa yang disampaikan dalam produk atau jasa tertentu dan tingkat kesenangan yang berhubungan dengan konsumsi mereka.

Kualitas layanan dan kepuasan pengalaman penumpang adalah topik yang menarik bagi industri bandara, tetapi sedikit dieksplorasi (Bezerra & Gomes, 2015). Namun demikian, pengalaman kepuasan pelanggan masih menjadi faktor yang diabaikan oleh penyedia layanan penerbangan (Hapsari, Clemes & Dean, 2016). Dalam literatur bandara, sebuah studi oleh Farooq et al. (2018) telah dilakukan pada maskapai penerbangan Malaysia dan menunjukkan bahwa kualitas layanan penerbangan yang diberikan memiliki dampak positif langsung terhadap kepuasan wisatawan.

Untuk Bezerra dan Gomes (2020), semakin tinggi kepuasan penumpang, semakin rendah kemungkinan keluhan dan semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali ke bandara di masa depan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bandara diyakini berpengaruh positif terha

Menurut Salo dan Karjaluoto (2007), kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Di industri penerbangan, Anggrayni, Amalia, Setiawan, dan Ozali (2020) tidak hanya sependapat, tetapi kepuasan di sektor ini saja menjamin eksklusivitas pembelian pelanggan dari penyedia layanan penerbangan tertentu. ini dicapai hanya dengan kepercayaan. Menurut penulis, kepuasan pelanggan di industri penerbangan menciptakan kepercayaan pada penyedia layanan dan mengarah pada kesuksesan perusahaan.

Nilai yang dirasakan pelanggan

Menurut Sweeney dan Soutar (2001), nilai yang dipersepsikan sering dikacaukan dengan kepuasan karena terjadi pada beberapa tahap proses pembelian, termasuk tahap pra-pembelian. evaluasi pembelian. Ini membenarkan mengapa nilai yang dirasakan dianggap sebagai salah satu indikator utama niat pembelian kembali (Eggert & Ulaga, 2002; Nagel & dos Santo, 2017).

Mengenai industri bandara, Farooq et al. (2018) dan Taman (2007) nyatakan bahwa nilai mewakili persepsi nilai moneter—bukan atribut yang terkait dengan perolehan layanan, melainkan apa yang dirasakan pengguna sebagai imbalan atas apa yang dia belanjakan. Song dkk. (2019) percaya bahwa karena itu relevan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada penumpang, karena kualitas ini secara langsung berdampak pada nilai yang dirasakan oleh pelanggan, dan akibatnya niat untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

Bezerra dan Gomes (2020) sepakat bahwa kualitas pelayanan dalam konteks transportasi udara mempengaruhi nilai dan sikap penumpang pasca konsumsi sarana transportasi. Berdasarkan bukti yang dikutip, penelitian ini berhipotesis bahwa kualitas layanan bandara memiliki dampak positif pada nilai pengguna bandara.

Menurut Eggert dan Ulaga (2002), nilai yang dirasakan dianggap sebagai salah satu ukuran terpenting sebelum kepuasan pelanggan. Bagi Lee, Yoon, dan Lee (2007), nilai yang dirasakan tidak hanya mempengaruhi perilaku konsumen pada tahap pra-pembelian, tetapi juga kepuasan pasca-pembelian dan kesediaan untuk membeli kembali dan merekomendasikan. Oriade dan Schofield (2019) menyatakan bahwa nilai yang

dirasakan di sektor pengiriman layanan adalah anteseden yang paling penting untuk studi kepuasan pelanggan, bahkan lebih dari kualitas layanan yang diberikan. Berlianto (2019) menyatakan bahwa pengguna layanan penerbangan mempertimbangkan nilai yang dirasakan dari layanan yang diberikan sebagai bagian penting dalam evaluasi kepuasan mereka, bukan harga sebagai elemen penentu tunggal dalam pilihan penyedia layanan.

Citra Perusahaan Bandara

Bisnis dipahami sebagai (persepsi subjektif pelanggan terhadap merek atau bisnis yang menawarkan produk dan/atau layanan, Song et al., 2019). Penyampaian layanan dengan kualitas menghasilkan nilai yang dirasakan bagi pengguna dan pencapaian citra perusahaan yang terkonsolidasi bagi pelanggannya, beberapa tujuan yang diinginkan oleh banyak perusahaan dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif (Hu, Kandampully, & Juwahir, 2009; Jin, Lee, & Lee, 2015; Rotando, 2019).

Menurut Flavia.n et al (2005), kita dapat mempertimbangkan: Citra perusahaan sebagai alat nilai strategis membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang mereka dan membangun nilai dan reputasi merek, perusahaan, produk, atau layanan mereka. Menurut penulis, citra perusahaan adalah salah satu sumber daya yang paling sulit untuk ditiru. Karena citra perusahaan yang kuat dan terintegrasi berkembang dari waktu ke waktu dan menjadi faktor kunci kompetitif dalam bisnis, termasuk industri penerbangan.

Liat, Mansori, Huei (2014) dan Nessel, Helgesen (2014) menganggap kualitas layanan sebagai faktor penting dalam meningkatkan citra perusahaan.

Menurut penulis Lingkungan yang nyaman bagi penyedia layanan menjadi faktor penting untuk memberikan citra positif kepada penerima layanan. Hu et al. (2009) menemukan bahwa pelanggan yang menerima layanan yang lebih baik cenderung memiliki citra yang lebih positif dari penyedia layanan tersebut.

Dalam industri penerbangan, Song et al. (2019) berhipotesis bahwa citra perusahaan secara keseluruhan dapat ditingkatkan jika pelanggan mengenali kualitas layanan yang mereka terima pada pengalaman positif yang berulang. Bezerra dan Gomes (2020) juga mencatat bahwa pengalaman yang baik dengan penyedia layanan di sektor penerbangan berkontribusi pada citra baik mereka.

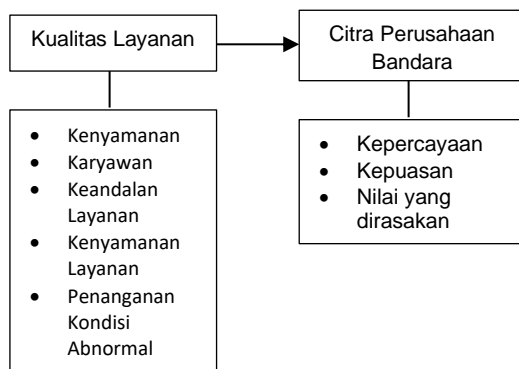
Citra perusahaan selalu dianggap sebagai faktor penting dalam evaluasi keseluruhan layanan yang diberikan oleh perusahaan (Andreassen & Lindestad, 1998). Untuk Song dkk. (2019), citra ini secara langsung mempengaruhi perilaku dan niat beli pelanggan. Para penulis juga menyatakan bahwa kepuasan merupakan anteseden penting dari citra perusahaan. Ini melengkapi studi oleh Jin et al. (2015), yang menyatakan bahwa kepuasan dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan di antara keduanya, dan juga memainkan peran penting bagi perusahaan.

Menurut Hu et al. (2009), memberikan layanan berkualitas memiliki dampak langsung pada citra perusahaan dan mengarah pada loyalitas konsumen terhadap layanan tersebut. Tak terkecuali industri penerbangan. Bezerra dan Gomes (2019) menemukan bahwa citra yang baik berkorelasi positif dengan pengalaman layanan, kepuasan.

Song dkk. (2019), dalam sebuah studi terhadap maskapai penerbangan Asia, menyatakan bahwa citra perusahaan tidak hanya terkait dengan loyalitas pelanggan, tetapi terutama terkait dengan penilaian keseluruhan yang dibuat oleh masing-masing pelanggan terhadap perusahaan, dan jika mereka puas dengan layanan yang mereka terima hingga menggunakan kembali layanan tersebut dengan maskapai yang sama.

Howat dan Assaker (2013) menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang diterima diterjemahkan ke dalam nilai yang dirasakan pelanggan. Dengan kata lain, pelanggan mempertahankan nilai layanan yang dirasakan tinggi jika mereka menghabiskan lebih sedikit uang, waktu, dan energi dibandingkan dengan kualitas layanan yang mereka terima. Akibatnya, jika pelanggan merasakan nilai tinggi untuk layanan yang mereka terima, ini berarti kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman tersebut (Hapsari et al., 2016).

Gambar 2.1
Model Penelitian



Sumber : Data Penelitian, 2022

H1 : Kualitas layanan bandara berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan bandara.

H0 : Kualitas layanan bandara tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan bandara.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan fokus utama tentang kualitas layanan yang di rasakan mahasiswa Stiesa dalam menggunakan Bandar Udara Klia2 Malaysia ketika mengikuti program C4.

Objek penelitian ini tentu saja melibatkan proses bagaimana mahasiswa Stiesa merasakan layanan yang diberikan Bandara Klia2 Malaysia. Namun sebagaimana uraian di atas, objek penelitian adalah permasalahan. Maka, deskripsi yang tepat untuk objek penelitian yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan (survei pada Bandar Udara Klia2 Malaysia).

Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini adalah Bandara Klia2 Malaysia.

Unit Observasi

Unit observasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6 yang mengikuti program C4.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Statistik yang dipakai dalam penelitian ini adalah explanatory survey yang dilakukan pada mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6 yang mengikuti program C4.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian perifikatif explanatory research. Karena hanya meneliti pengaruh antara variabel X (Kualitas Layanan) terhadap variabel Y (Citra Perusahaan).

Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini berdasarkan sumber dari data primer yang bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas layanan bandara terhadap citra perusahaan bandara. Survey pada bandara Klia2 Malaysia.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner ini disebar kepada mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6 yang mengikuti program C4 sebagai respondennya yang didistribusikan secara online melalui google form yang disebar melalui media sosial whatsapp.

Alat Analisis

Data yang berhasil dikumpulkan akan diproses dengan menggunakan alat analisis pada aplikasi SPSS versi 2.3 untuk menggambarkan variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6 yang mengikuti program C4.

Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dari mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6 yang mengikuti program C4.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yang memiliki type sampel non probability sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu atau responden yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Individu merupakan mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang semester 6.
2. Individu pernah atau sedang memakai jasa layanan Bandara Klia2 Malaysia.

Variabel Operasional

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Layanan Bandara		
Dimensi : Kenyamanan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kebisingan yang rendah dan lingkungan yang bersih di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kenyamanan di lingkungan Bandara Klia2 Malaysia. - Berikan penilaian saudara tentang tingkat penawaran layanan yang baik di Bandara Klia2 Malaysia. 	Numeric
Dimensi: Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kesopanan dan pelayanan karyawan di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian 	Numeric

	<p>saudara tentang tingkat perhatian karyawan di Bandara Klia2 Malaysia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat penampilan karyawan di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat efisiensi karyawan dalam memberikan layanan di Bandara Klia2 Malaysia. 	
Dimensi: Keandalan Dari Jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kecelakaan terhait keamanan yang rendah di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat keamanan untuk menjamin keselamatan pelanggan di Bandara Klia2 Malaysia. - Berikan penilaian saudara tentang tingkat ketepatan waktu dalam memberikan layanan di Bandara Klia2 Malaysia. 	Numeric
Dimensi: Kenyamanan Melayani	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat frekuensi layanan dan kenyamanan jadwal yang 	Numeric

	<p>tinggi di Bandara Klia2 Malaysia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kemudahan layanan pra-penerbangan dan pasca penerbangan. 	
Dimensi: Penanganan Kondisi Abnormal	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat penanganan keluhan pelanggan yang baik di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat penawaran perawatan yang baik jika terjadi penundaan penerbangan di Bandara Klia2 Malaysia. - Berikan penilaian saudara tentang tingkat penanganan yang baik untuk kehilangan atau kerusakan bagasi di Bandara Klia2 Malaysia. 	Numeric
Citra Perusahaan		
Dimensi: Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat ketepatan layanan yang dijanjikan Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kesungguhan Bandara untuk 	Numeric

	<ul style="list-style-type: none"> - memprioritaskan pelanggan - Berikan penilaian saudara tentang tingkat pemenuhan harapan untuk layanan yang diberikan Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kepercayaan layanan di Bandara Klia2 Malaysia. 	
Dimensi: Kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kepuasan layanan berdasarkan pengalaman di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kepuasan berdasarkan kualitas layanan di Bandara Klia2 Malaysia 	Numeric
Dimensi: Nilai yang dirasakan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diterima di Bandara Klia2 Malaysia. - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kesesuaian antara kualitas layanan dengan harga yang 	Numeric

	<ul style="list-style-type: none"> - dibayarkan dalam memenuhi ekspektasi - Berikan penilaian saudara tentang tingkat superioritas layanan di Bandara Klia2 Malaysia. 	
Dimensi: Lingkungan Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Berikan penilaian saudara tentang tingkat keramahan dan kebijaksanaan layanan yang disediakan Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat kebersihan dan kesehatan lingkungan di Bandara Klia2 Malaysia - Berikan penilaian saudara tentang tingkat keandalan layanan di Bandara Klia2 Malaysia 	Numeric

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner didapat 120 responden sedangkan yang memenuhi pertimbangan/kriteria sebesar 102 responden, jadi data yang digunakan adalah yang memenuhi kriteria yaitu 102 responden.

102 responden ini adalah mahasiswa semester 7 yang mengikuti program C4 di Stiesa yang terdiri dari mahasiswa prodi akuntansi sebanyak 27 responden, prodi manajemen sebanyak 75 responden, Responden laki-laki sebesar

29 dan perempuan sebanyak 73 responden.

Pengujian Kualitas Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

No Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
(Kualitas Layanan)			
X.1	0.700	0,194	Valid
X.2	0.728	0,194	Valid
X.3	0.722	0,194	Valid
X.4	0.804	0,194	Valid
X.5	0.717	0,194	Valid
X.6	0.741	0,194	Valid
X.7	0.829	0,194	Valid
X.8	0.722	0,194	Valid
X.9	0.753	0,194	Valid
X.10	0.727	0,194	Valid
X.11	0.813	0,194	Valid
X.12	0.748	0,194	Valid
X.13	0.749	0,194	Valid
X.14	0.647	0,194	Valid
X.15	0.697	0,194	Valid
(Citra Perusahaan)			
Y.1	0.794	0,194	Valid
Y.2	0.786	0,194	Valid
Y.3	0.831	0,194	Valid
Y.4	0.792	0,194	Valid
Y.5	0.793	0,194	Valid
Y.6	0.786	0,194	Valid
Y.7	0.753	0,194	Valid
Y.8	0.813	0,194	Valid
Y.9	0.823	0,194	Valid
Y.10	0.752	0,194	Valid
Y.11	0.741	0,194	Valid
Y.12	0.683	0,194	Valid

Sumber: Data Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid, dimana $R \text{ Hitung} > R \text{ Tabel}$ maka data tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian

Uji Reabilitas

Tabel 4.2
**Hasil Uji Reabilitas Kualitas
Layanan(X)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.952	.953	15

Sumber: Data Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa nilai cronbach's alpha $0,953 > 0,6$ yang berarti data tersebut reliabel atau konsisten. Sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.3
**Hasil Uji Reabilitas Citra
Perusahaan(Y)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.956	.957	12

Sumber: Data Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 bahwa nilai cronbach's alpha $0,957 > 0,6$ yang berarti data tersebut reliabel atau konsisten. Sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik Uji Autokorelasi

Tabel 4.4
**Hasil Uji Autokorelasi dan Koefisien
Determinasi**

Model Summary ^a										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.877 ^a	.770	.768	7.24457	.770	334.648	1	100	.000	1.977

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan
b. Dependent Variable: Citra_Perusahaan

Sumber: Data Peneliti, 2022

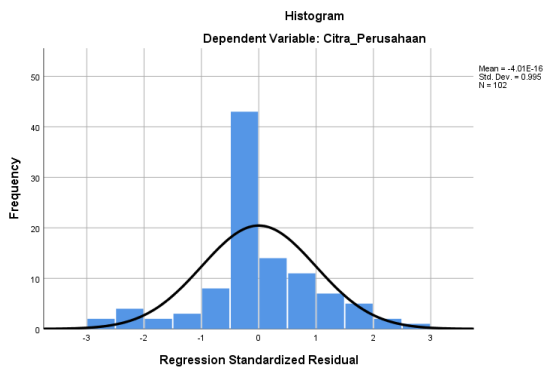
Koefisien Determinasi

Dari tampilan output SPSS model summary di hasilkan nilai R square sebesar 0,770 atau 77%. Yang artinya bahwa citra perusahaan dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 0,770 atau 77%, dan sisa nya 23% di pengaruhi oleh faktor lain.

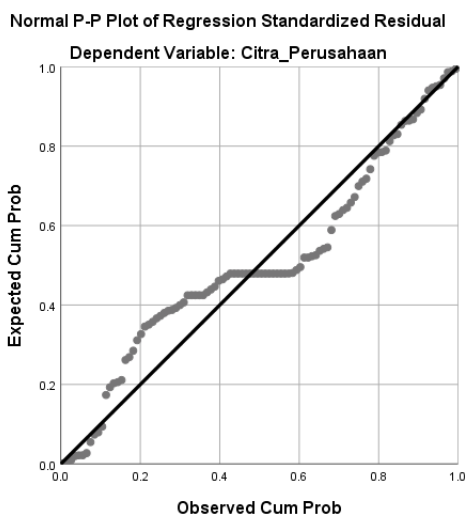
disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik plot menyebar disekitar garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Normalitas

Gambar 4.1



Gambar 4.2



Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4.5
Uji Signifikansi Simultan
(Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17563.598	1	17563.598	334.648	.000 ^b
	Residual	5248.374	100	52.484		
	Total	22811.972	101			

a. Dependent Variable: Citra_Perusahaan
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan

Sumber: Data Peneliti, 2022

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 334,648 dengan nilai probabilitas 0,000. karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel (3,94) dan nilai probabilitasnya di bawah 0,05, maka secara keseluruhan terdapat pengaruh antara kulaitas layanan terhadap citra perusahaan.

Uji signifikansi Parsial (uji statistik t)

Tabel 4.6
Uji signifikansi Parsial (uji statistik t)

Model		Coefficients ^a						95.0% Confidence Interval for B			Correlations			Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF		
		B	Std. Error	Beta												
1	(Constant)	7.349	3.377			2.176	.032	.650	14.048							
	Kualitas_Layanan	.734	.040	.877	.18293	.000	.654	.813	.877	.877	.877	1.000	1.000			

a. Dependent Variable: Citra_Perusahaan

Sumber : Data Penelitian, 2022

Dari hasil output didapat nilai t hitung kualitas layanan sebesar 18.293 dengan sig. 0,000. Yang dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,984, maka dapat disimpulkan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Dengan persamaan regresi : Citra Perusahaan = 7.349 + 0,734 Kualitas Layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, sehingga dapat diambil kesimpulan yang memberikan jawaban terhadap rumusan masalah pada penelitian.

Pada penelitian ini variabel kualitas layanan (X) terdapat pengaruh terhadap citra perusahaan (Y). Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis menggunakan uji T, dimana menghasilkan nilai Thitung sebesar 18.293 > 1,984 dari Ttabel, sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap citra perusahaan dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,770 atau 77%.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak bandara Klia2 Malaysia dan penelitian dimasa mendatang. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

Pengelola terminal bandara Klia2 Malaysia harus memastikan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti pelayanan yang baik, lingkungan fisik yang menyenangkan, keamanan, dan waktu tunggu yang dapat diterima. Kualitas layanan ini secara langsung dan tidak

langsung dapat mempengaruhi citra perusahaan yang diniai penumpang terhadap bandara. Karena kesuksesan dan reputasi bandara cenderung berasal dari kemampuannya dalam memberikan layanan yang berkualitas, sehingga dapat membuka peluang bisnis baru bagi perusahaan Bandar Udara.

Dan saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Citra perusahaan selain kualitas layanan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi. Juga diharapkan peneliti selanjutnya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Implikasi

Dalam penelitian ini terdapat implikasi diharapkan pada pihak Bandar Udara Klia2 Malaysia dapat memperhatikan kualitas layanan yang lebih baik lagi. Sekecil apapun pengaruh kualitas layanan akan berdampak terhadap citra perusahaan Bandar Udara Klia2 Malaysia karena kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat mempengaruhi reabilitas dan validitas. Keterbatasan pertama menyangkut pada sampel, dimana penelitian ini fokus hanya diberikan kepada mahasiswa STIE Sutaatmadja

semester 6 yang mengikuti program C4 dengan karakteristik yang teridentifikasi, karena terbatasnya waktu dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penelitian ini hanya menguji satu variabel (kualitas layanan). Atas dasar ini kemungkinan selain variabel tersebut terdapat faktor lain yang mempengaruhi pada citra perusahaan bandara Klia2 Malaysia.

DAFTAR PUSTAKA

(n.d.). Wikipedia.co.id.

ANAC. (2020). *Relatorio ´ anual 2018*. <https://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo/dados-do-anuario-do-transporte-aereo>.

Anggrayni, I. A. (2020).). *Building passenger trust through improvements of service quality (pre-flight, in-flight, and post-flight) and passenger satisfaction (a case study of Citilink Indonesia)*. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3, 244–252.

Bezerra, G. C. (2016). *Measuring airport service quality: A multidimensional approach*. *Journal of Air Transport Management* 85-93.

Bezerra, G. C. (2019). *Determinants of passenger loyalty in multi-airport regions: Implications for tourism destination*. *Tourism Management Perspectives*, 31, 145–158.

Bezerra, G. C. (2020). *Antecedents and consequences of passenger*

satisfaction with the airport. . *Journal of Air Transport Management*, 83.

Chang, Y. H. (2002). *A survey analysis of service quality for domestic airlines*. *European Journal of Operational Research*, 139(1), 166–177.

Ernawati, S. S. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta.: Penerbit CV Andi Offset .

Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

Farooq, M. S. (2018). *Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach*. *Journal of Air Transport Management*.

Fodness, D. &. (2017). *Passengers' expectations of airport service quality*. . *Journal of Services Marketing*, 21(7), 492-506.

Han, H. &. (2015). *Quality of physical surroundings and service encounters, airfare, trust and intention during the flight*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(1), 585–607.

Hutchinson, D. B. (2013). *Airport service quality drivers of passenger satisfaction*. *Tourism Review*, 68(4), 3–18.

IATA. ((2018).). *Relatorio ´ de desempenho das companhias a ´reas*.

Ida, N. V. (2015). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Bandara Internasional* . Bandung.

- Jumlah Penumpang Yang Dikendalikan Oleh Lapangan Terbang Antarabangsa, Malaysia.* (2016-2020). Malaysia: Kementerian Pengangkutan Malaysia | Ministry of Transport Malaysia.
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Mondo, T. S. (2017). *Tourqual: proposal of a protocol for quality evaluation on services at tourist attractions*. Brazilian Business Review, 14(4), 448–465.
- Nagel, M. &. (2017). *The relationship between satisfaction with complaint handling and repurchase intentions: Detecting moderating influences in e tail*. Brazilian Business Review, 14(5), 510–527.
- Pabedinskaite, . A. (2014). *Evaluation of the airport service quality*. Procedia—Social and Behavioral Sciences, 110, 398–409.
- Prentice, C. &. (2019). *The role of airport service quality in airport and destination choice*. Journal of Retailing and Consumer Services.
- Prentice, C. &. (2019). *The role of airport service quality in airport and destination choice*.
- Rosalia, K. J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 5, 2442-2469.
- Setiawan, E. W. (2020). *Building trust through customer satisfaction in the airline industry in Indonesia: Service quality and price fairness contribution*. Management Science Letters, 10(5), 1095–1102.
- Song, H. R. (2019). *Effects of service quality, corporate image, and customer trust on the corporate reputation of airlines*. Sustainability, 11(12), 1–14.
- Tseng, C. C. (2020). *An IPA-Kano model for classifying and diagnosing airport service attributes*. Research in Transportation Business & Management.
- <https://www.worldairportawards.com/worlds-top-100-airports-2022/>
- <https://www.worldairportawards.com/worlds-top-100-airports-2021/>
- <http://dephub.go.id/post/read/malaysia-punya-bandar-udara-baru-khusus-lcc-61837>