

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT.GARUDA INDONESIA
(Studi Kasus Pengguna Jasadi PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

DEVI YULIANINGRUM

1542010076

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2019**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT.GARUDA INDONESIA
(Studi Kasus Pengguna Jasa di PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya)

Disusun Oleh:

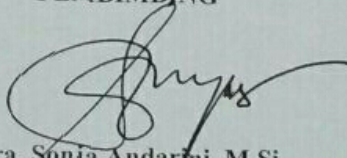
DEVI YULIANINGRUM

1542010076

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Mengetahui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarni, M.Si

NIP.196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ke. Gendut Sakarno, MS, CHRA

NIP.195907011987031001

ANALISIS FAKTOR=FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT. GARUDA
INDONESIA (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Garuda Indonesia Tbk,
Cabang Surabaya)

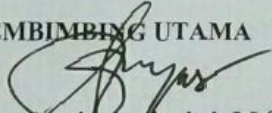
OLEH :

DEVI YULIANINGRUM
NPM. 1542010076

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Maret 2019

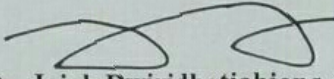
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

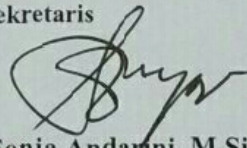

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

TIM PENGUJI

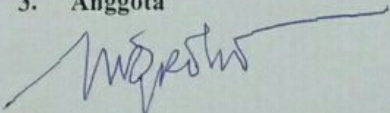
1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridhotjahjono, S. Sos, M.Si
NPT. 370119500421

2. Sekretaris


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001


3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidavat, M.Si
NIP.196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN FISIP

UPN "VETERAN" Jawa Timur


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

DEVI YULIANINGRUM,1542010076, ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT. GARUDA INDONESIA (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya) melalui pengukuran dimensi kualitas yaitu meliputi: *Tangible, Emphaty, Responsivness, Reliability dan Assurance.*

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik incidental sampling. Adapun klasifikasi karakter responden yaitu seperti umur, jenis kelamin dan pekerjaan. Dalam hal ini menggunakan variabel latent dan variabel manifest yang telah di matrix. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis faktor eksploratory.

Pada perhitungan hasil akhir analisis faktor dengan memasukkan variabel manifest dan menghasilkan variabel tetap yaitu fasilitas, brosur dan soufenir menarik, pemahaman kebutuhan spesifik, kesabaran dan keramahan pegawai, kejelasan informasi, ketepatan pelayanan, ketepatan waktu, kesesuaian pelaksanaan, kenyamanan, desain interior kantor dan pesawat, kerapian tapilan pegawai, tidak diskriminatif, kecepatan pelayanan, kesediaan membantu, tanggap keluhan, jaminan asuransi dan legalitas, kepedulian, kecermatan petugas, keahlian pegawai, perhatian, rasa aman data akurat dan jelas serta kepercayaan. Didapat bahwa nilai KMO dan Measure of Sampling Adeqency (MSA) telah memenuhi syarat. Berdasarkan analisis faktor dengan menggunakan rotasi (varimax) diperoleh 5 faktor pembentuk yang baru.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Faktor yang Dipertimbangkan, Analisis Faktor, Garuda Indonesia.

ABSTRACT

DEVI YULIANINGRUM, 1542010076, ANALYSIS OF CONSUMER FACTORS CONSIDERED TO THE QUALITY OF SERVICE OF PT. GARUDA INDONESIA (Case Study of Service Users of PT Garuda Indonesia Tbk, Surabaya Branch)

The purpose of this study is to analyze the Factors Considered by Consumers on Service Quality of PT. Garuda Indonesia Tbk, Surabaya Branch) through measurement of quality dimensions which include: Tangible, Emphaty, Responsivness, Reliability and Assurance.

The population of this study is consumers who have used flight services PT. Garuda Indonesia Tbk, Surabaya Branch. This study used a sample of 100 respondents. The sampling technique used is incidental sampling technique. The classification of the respondent's characters, such as age, gender and occupation. In this case use the latent variable and manifest variable that has been in the matrix. The analysis technique used is exploratory factor analysis technique.

In calculating the final results of factor analysis by entering the manifest variable and producing a fixed variable, namely facilities, brochures and interesting soufenir, understanding of specific needs, patience and friendliness of employees, information clarity, service accuracy, timeliness, suitability of implementation, comfort, office interior design and aircraft , neatness of employees, not discriminatory, speed of service, willingness to help, responsiveness of complaints, insurance guarantees and legality, concern, accuracy of officers, expertise of employees, attention, security of accurate and clear data and trust. It was found that the value of KMO and Measure of Sampling Adeqency (MSA) had met the requirements. Based on factor analysis using rotation (varimax), 5 new forming factors were obtained.

Keywords: Service Quality, Factors Considered, Factor Analysis, Garuda Indonesia

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang **berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Garuda Indonesia (Studi kasus Pengguna Jasa di PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan proposal ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari ibu Dra.Sonja Andarini, M.SI yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak/ Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Teddy Supriyarso selaku Senior Manajer SUBAMQ pada PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya
5. Ibu Ratna Fitriani, Bapak Sudjud Prastowo, Bapak Amar R Hirawan dan Ibu Trise Nurul Ain selaku staf bagian SUBAMQ yang telah membimbing, dan memberikan kemudahan dalam melaksanakan penelitian di PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya..
6. Dan para staf-staf lain di PT. Garuda Indonesia Tbk, Cabang Surabaya yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menjalankan penelitian ini. Atas segala bimbingan dan bantuan serta kerjasama baik yang telah diberikan selama penulis melaksanakan penelitian, maka penulis mengucapkan banyak terimakasih.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dan materiil
8. Seluruh teman-teman penulis dan semua pihak yang terkait yang telah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini..

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini. Selain itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam menyusun skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata doa dan harapan semoga ilmu yang didapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	15

2.2.1. Pemasaran	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	19
2.2.2 Jasa	21
2.2.2.1 Pengertian Jasa	21
2.2.2.2 Karakteristik Jasa.....	22
2.2.2.3 Klasifikasi Jasa	23
2.2.2.4 Pemasaran Jasa	25
2.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	28
2.2.3.1 Pengertian Kualitas	28
2.2.3.2 Pengertian Pelayanan.....	29
2.2.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.	31
2.2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	33
2.2.3.5 Faktor Penyebab buruknya Kualitas Pelayanan	38
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	42
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	42

2.2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	48
2.2.4.3 Faktor Penyebab Pelanggan Tidak Puas	50
2.2.4.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	51
2.2.4.5 Harapan dan Kepuasan Pelanggan	53
2.2.5 Analisis Faktor.....	54
2.3 Kerangka Berpikir	61
BAB III. METODE PENELITIAN	62
3.1 Jenis Penelitian	62
3.2. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	62
3.2.1 Definisi Operasional	62
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	66
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan sampel.	68
3.3.1 Populasi	68
3.3.2 Sampel.....	69
3.3.2 Teknik Penarikan Sampel.....	71
3.4 Teknik Pengumpulan Data.	71
3.4.1 Jenis Data.....	71

3.4.2 Sumber Data	72
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	72
3.5 Teknik Analisis Data.	74
3.5.1 Teknik Analisis	74
3.5.2 Uji Validitas.....	74
3.5.3 Uji Reliabilitas	76
3.5.4 Analisis Faktor.....	76
3.5.5 Model Analisis Faktor.....	77
3.5.6 Langkah-langkah analisis faktor.....	78
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	84
4.1.1 Visi Dan Misi Perusahaan.	88
4.1.1.1 Visi Perusahaan	88
4.1.1.2 Misi Perusahaan	88
4.1.1.3 Struktur Organisasi	89
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	98
4.2 Penyajian Data.....	99

4.2.1 Karakteristik Responden.....	99
4.2.1.1 Klasifikasi Responden Menurut Umur.....	99
4.2.1.2 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	100
4.2.1.3 Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan	101
4.2.2 Variabel-Variabel Penelitian.....	102
4.2.2.1 Tangible (X1)	102
4.2.2.2 Emphaty (X2).....	105
4.2.2.3 Responsivness (X3)	108
4.2.2.4 Reliability (X4).....	111
4.2.2.5 Assurance (X5).....	114
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	117
4.3.1 Uji Validitas.....	117
4.3.2 Uji Reliabilitas	118
4.4 Analisis Data	119
4.4.1 Analisis Interkorelasi Antar Faktor.....	119
4.4.2 Ekstraksi Faktor	123
4.4.3 Menentukan Rotasi Matriks Faktor.....	126

4.5 Pembahasan.....	139
BAB V. PENUTUP.....	153
5.1 Kesimpulan	153
5.2 Saran	155

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Kompetitor Garuda Airlines	8
1.2 Data Historikal Operasional PT. Garuda Indonesia Tbk.....	9
1.3 Lingkup Service	26
4.1 Klasifikasi Umur Responden	99
4.2 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	100
4.3 Klasifikasi Pekerjaan Responden.....	101
4.4 Frekuensi Jawaban Responden Indikator Tangible (X1)	103
4.5 Frekuensi Jawaban Responden Indikator Emphaty (X2)	105
4.6 Frekuensi Jawaban Responden Indikator Responsivnes (X3).....	108
4.7 Frekuensi Jawaban Responden Indikator Reliability (X4).....	111
4.8 Frekuensi Jawaban Responden Indikator Assurance (X5).....	114
4.9 Uji Validitas	117
4.10 Uji Reliabilitas	118
4.11 Uji Kelayakan Analisis Faktor.....	120
4.12 Anti Image Matrices.....	122
4.13 Hasil Ekstraksi Faktor	124

4.14 Hasil Component Matrix	127
4.15 Hasil Rotasi Component Matrix	128
4.16 Hasil Analisis Faktor.....	132
4.17 Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu	150

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Kepuasan.Ketidakpuasan Pelanggan.....	41
2.2 Kerangka Berpikir.....	57
3.1 Gambar Skala Likert.....	69
3.2 Gambar Skala Likert (Model Checklist).....	68
4.1 Logo PT. Garuda Indonesia	86
4.2 Struktur Organisasi	89
4.3 Hasil Analisis Faktor.....	138